

**Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña**

**UNPHU**

**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**

**Escuela de Administración de Mercados**

**DESARROLLO DE UN PLAN DE OPERACIONES PARA UNA  
PIZZERIA**



**INFORME FINAL PRESENTADO POR:**

**Ydekel Capellán Abreu  
Astrid Carolina Saviñón Felipe**

**Para la Obtención del Grado de  
Licenciados en Administración de Mercados**

**La Vega, República Dominicana  
Junio 2016**



**Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña**

**UNPHU**

**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**

**Escuela de Administración de Mercados**

**DESARROLLO DE UN PLAN DE OPERACIONES PARA UNA  
PIZZERIA**



**INFORME FINAL PRESENTADO POR:**

**Ydekel Capellán Abreu                      2012-2198**  
**Astrid Carolina Saviñón Felipe        2013-0127**

**Ing. Edward Irrizarry, MAE, MS**  
**Asesor**

**Para la Obtención del Grado de**  
**Licenciados en Administración de Mercados**

**La Vega, República Dominicana**  
**Junio 2016**

## **Desarrollo de Plan de Operaciones para una Pizzería**

<b>INDICE</b>		<b>pagina</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>		<b>i</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>		<b>iii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>		<b>v</b>
<b>1. PLAN DE MARKETING Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS</b>		
1.1 Metodología de la Investigación.....		8
1.2 Imagen Corporativa.....		13
1.3 Mezcla de Marketing .....		19
1.3.1 Producto.....		21
1.3.2 Análisis Situacional.....		22
1.3.3 Precios.....		25
1.3.4 Canales de Distribución (Inversiones).....		28
1.3.5 Promoción y Publicidad.....		32
1.3.5.1 Promociones de Ventas.....		33
1.3.5.2 Mezcla de Medios.....		35
1.3.5.3 Televisión.....		36
1.3.5.4 Prensa Escrita.....		36
1.3.6 Personal.....		37
<b>2. GESTIONES ADMINISTRATIVAS</b>		
2.1 El Mercado PYMES en República Dominicana.....		39
2.2 Jurisdicción e Impuestos.....		42
2.3 Métodos de evaluación.....		47
2.3.1 Métodos en el Proceso de Producción.....		48
2.4 Comportamientos en el Proceso de Producción.....		49
2.4.1 Factores en el Comportamiento del Proceso de Producción.....		50
<b>3. PLAN DE PRODUCCIÓN</b>		
3.1 Descripción del Sistema de Producción.....		56
3.2 Materias Primas para el Proceso de la Producción.....		62
3.3 Capacidad de Producción.....		66
3.4 Horas de Trabajo y Mano de Obra requerida.....		68

3.5	Diagramas de Procesos.....	70
	3.5.1 Diagrama de Proceso de Flujo.....	70
	3.5.2 Diagrama de Proceso de Operaciones.....	72
3.6	Sistema de Costo en la Producción.....	74
	3.6.1 Costos de Producción.....	75
3.7	Codificaciones.....	75
	3.7.1 Codificación de Operaciones.....	77
	3.7.2 Codificación de Almacenes.....	79
3.8	Almacenamiento de Materiales.....	80
3.9	Maquinarias y Equipos para la producción.....	82
3.10	Depreciación.....	87
3.11	Riesgos de la Producción.....	88
	3.11.1 Responsabilidad Social.....	90
3.12	Capital de Trabajo y Proyección de Ventas a 5 Años.....	92
3.13	Encuesta Piloto y Anexos .....	94
	<b>CONCLUSIÓN.....</b>	<b>vi</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>vii</b>

## DEDICATORIA

A sinceridad no se ni por donde iniciar porque siento que hay tantas personas a las que tengo que dedicarle este proyecto. Este monográfico lo dedico con mucho orgullo a mis padres Ariel Saviñón y Ana Socorro Felipe desde antes de iniciar la universidad, sin importar la carrera que fuese solo quería que fuera una persona profesional pero sobre todo humana y sensible ante los demás. A mis compañeros de estudios tanto de básica, nivel bachiller y nivel universitario, a todas aquellas personas que inesperadamente me dieron su mano en el curso de mi carrera desde que estaba en el Politécnico, cada lanzamiento, cada presentación. A mi hermana Arlina Saviñón ahora que está iniciando sus estudios universitarios. A mis compañeros de trabajo los que están y los que se fueron por todas las veces que tuve que ausentarme y decirles: hoy tengo clase!! A mis instructores, facilitadores y maestros desde mis inicios Ana Iris, Mole, Norka, Pablo, Joel, Cesar, Luis, Gloria, Inés, Kenia, Yolanda, Carlos, Jazmín, Vilma, entre otros que sé que se me quedan, por ser parte de mi formación. A personas especiales Francisco J. González, Rafael González, Digna Santos, Lisette Rodríguez, Dorys Suarez, Ana Dauriss, Anibelka Carmona y María Lespín. A mi querida AJD y sus miembros vigentes. En fin a todos lo que me han extendido su mano, a quienes me han dado su cariño y han estado a mi lado en este largo y difícil camino. Gracias. Con mucho amor se los dedico.

Astrid Carolina Saviñón Felipe

## DEDICATORIA

A Ysa Abreu y Tracy Mullins, por ser mis ejemplos de dedicación, esfuerzo, trabajo duro, enfoque centralizado en mis objetivos. Por ser madres para mi desde el vientre y durante mi desarrollo, enseñarme lo que está mal e instruirme en lo bueno, hacerme reconocer mis errores y buscar alternativas a esos errores.

Por enseñarme a trabajar, soñar, lograr y agradecer. Por mostrarme como encontrar soluciones y no focalizar los problemas, poner mí vista en alto y al frente, hacerme ver que los sueños y objetivos no solo se trazan, se trabaja en ellos y al lograrlos se mantienen.

Dedico a ellas este monográfico, porque ellas se lo merecen y porque con ayuda total e incondicional de ellas puedo afirmar, exclamar y sentirme orgulloso al decir: ¡Lo logre!

Ydekel Capellán Abreu



## AGRADECIMIENTOS

El éxito es subjetivo, por eso alcanzar el éxito es una frase que pocas personas pueden manifestar, está en lo más profundo de nuestro ser como sublimes deseos de superación. En el camino pueden surgir barreras que atrasen los pasos, pero también personas que afloraran el sendero, personas que ayudan a armonizar el entorno mientras se llega a la meta. Es por esto que no podría culminar mi licenciatura sin expresar mis infinitas gracias. Inicialmente a Dios, motor y guía de mi camino, sinónimo de amor verdadero y compañero eterno. A mis padres, Ariel Saviñón y Ana Socorro Felipe, mis pilares a seguir, siempre dieron mucho más de lo que requería y me enseñaron que todo tiene su tiempo. A mi hermana Arlina, mi tía Digna y mi abuela Minga, aunque esta última ya está en el cielo, sé que está feliz por este logro, mi hermana y mi tía que siempre me daban la mano sin pedirla. A mi pareja Francisco J. González y su madre Marilyn Valerio por el apoyo incondicional y demostrarme que sin importar las circunstancias hay que superar los rencores y las adversidades, y hacer frente a lo que no nos gusta para no perder la vista hacia la cima. A la Asociación de Jóvenes Dominicanos, que sin haberme conocido me brindaron todo su apoyo y momentos únicos. A mi compañero de monográfico, Ydekel Capellán, por mostrarme cuando defender mis ideales y que ser diferente es muy admirado en nuestros tiempos. A mis compañeros de estudio y demás grupos a los que he pertenecido; por soportar mis escenas, alentarme y aún más importante, confiar en mí.

Astrid Carolina Saviñón Felipe

## AGRADECIMIENTOS

El éxito requiere de sacrificio, y más que eso, de una constante insistencia que impulse tu perseverancia hacia los objetivos propuestos. No considero que he alcanzado el éxito aun, pero tampoco puedo negar que he logrado muchos de mis objetivos propuestos y por tanto y todo debo agradecer. En primer lugar agradezco al Dios Todopoderoso, por darme la sabiduría en los momentos más necesarios, por impulsarme y acompañarme en mi camino y por hacerme fuerte ante las adversidades. Agradezco a mi madre, Ysa Abreu, por mostrarme que todo es posible, que puedo lograr mis metas defendiendo mis ideales y expresando lo que siento tal cual debe ser. A mi segunda madre, mi mejor amiga de toda la vida Tracy Mullins, por instruirme en el trabajo duro y el aprendizaje sobre la marcha, por ayudarme cuando no conté con nadie y demostrarme de todo lo que soy capaz. Es preciso agradecer a personas que han sido determinantes e influyentes en el desarrollo de mi vida como persona, me han enseñado a luchar, a expresarme, a confiar en Dios y ser líder de mis propios pasos sin temor a los resultados de aquellos pasos firmes, agradezco a Bautista Valerio, Francia Pichardo, Hemil Estrella, Eddy Santos y Angiolino Abreu. Asimismo organizaciones que nunca me han dado la espalda, que creyeron en mí, mis ideales y mis proyectos. Instituciones que nunca se negaron ante mí y me apoyaron en los momentos de tormenta; agradezco a Fundación TEARS, Partners In Deed (PID), Amigos y Amigas de Domingo Savio (AADS) y Asociación de Fútbol de La Vega (AFUVEGA).

Ydekel Capellán Abreu

## INTRODUCCION

De bien a primera, resulta un poco conflictivo emprender un negocio rentable en el área de la producción y elaboración de bienes a grandes escalas. Se considera que la mayoría de las empresas que se dedican a este tipo de actividades comerciales están desde generaciones muy antiguas y que solo ha cambiado de propietario según el tiempo y sus circunstancias. Pues bien es debido mencionar que hoy en día, a causa de los grandes avances tecnológicos y gracias también a la Revolución Industrial, este término ya se puede manejar desde otros puntos de vista.

El factor producción es de los más rentables a nivel global ya que involucra en su proceso otras áreas del mundo de la economía y comercio, porque si bien el concepto es grande, entonces no camina solo, requiere de áreas de soporte y ayuda tanto técnica como logística de distribución hasta métodos de estudio y atenciones al cliente y futuros prospectos. Es por tal razón que en este proyecto se estarán manifestó este y otros campos más que se involucran en un sistema de producción, específicamente en el ámbito de comida rápidas a nivel local, sobre todo enfocándose en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de La Vega.

Las empresas dedicadas a la elaboración de comida rápida no están exentas de entrar en el mundo de las producciones, todo lo contrario, incluso puede que más de lo normal con referencia a las empresas de manufactura o productores de materia prima, puesto que las empresas de comida rápida

desarrollan con materias primas y elementos manufacturados el producto final que se sobreentiende está listo para comer por el consumidor que está lógicamente en espera para ingerir de inmediato. Y es precisamente a este punto en donde queremos llegar con la elaboración de este material, al punto de desarrollar un plan de operaciones que garantice el funcionamiento eficaz de los procedimientos involucrados en la producción de comida rápida de empresas, más exactamente hablando, una pizzería.

El medio en el cual se desenvuelve este tipo de negocio está en la obligación de llevar un ritmo de producciones lo suficientemente satisfactorio para que cumpla con los pedidos y demandas del mercado. Por razones obvias que verán en el desarrollo de este proyecto, La Vega es una de las ciudades más socialmente activa a nivel nacional por motivos festivos tales como el mes de Febrero por el Carnaval, como otras celebraciones. Por esta razón las familias y grupos sociales cada vez son más obligadas a ingerir alimentos fuera de sus hogares.

El material pretende mostrar una clara explicación acerca de la más propicia estrategia del plan de operaciones para la producción en las pymes pizzerías de La Vega. Esto, desglosando temas como: comportamientos en la producción, codificaciones y claves del área, maximizar ganancias y fomentar el servicio al cliente y llevar a su mínima expresión la inversión en inventarios pero con maquinarias de última punta tecnológica.

**Capítulo 1:**  
**Plan de Marketing y Distribución de los Productos**

## **1.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Los avances en la metodología de la investigación de mercados son paralelos al desarrollo de la metodología de investigación en las ciencias sociales, de las cuales el mercadeo forma parte. Los avances metodológicos realizados por los expertos, tuvieron una fuerte influencia sobre la metodología de la investigación de mercados.

El método tradicional con que el mercadólogo experto en el área define el comprador y los grupos de usuarios y con qué segmenta el mercado consiste en servirse de los factores demográficos. La demografía puede determinarse para individuos y familias.

Una breve explicación de este tipo de segmentación que deberá analizarse para averiguar si los consumidores reales o potenciales pueden agruparse conforme a sus semejanzas y para averiguar el perfil de clientes en comparación con la categoría de cliente.

### **1.1.1 Objetivo De La Encuesta**

Obtención de datos acerca de la preferencia por parte del público hacia la comida rápida y, más específicamente, a la pizza. Asimismo determinar la

aceptación del público en cuanto a este amplio renglón de la gastronomía internacional y determinar la mejor manera para introducirnos en el mercado local de La Vega.

En una segunda encuesta, tomando los propios empresarios del ámbito; sustraer todos los datos para la marcha de un plan de operaciones para una pizzería; segmentar dichos datos y descartar aquellos que se interpreten como fuente colada en la investigación para concluir este proceso poniendo en práctica la afirmación.

Gallup República Dominicana son los que están a cargo de esta investigación en donde realizando estudios al mercado, estudios al consumidor y estudios de productos darán amplia cabida a todas las interrogantes que surgen al desarrollar una plan de operaciones.

La base de Gallup es la lealtad y la ética en el trabajo realizando estudios de calidad centrados en la necesidad de cada uno de sus clientes, para reducir al mínimo el riesgo que implica la toma de decisiones y para que los resultados de cada uno de los estudios realizados en el proceso sean soporte para aumentar el bienestar de la compañía contratante.

### **1.1.2 Cuerpo de la Encuesta**

En la encuesta se muestra gráficamente preguntas que son puntos clave para descifrar el comportamiento de los clientes y consumidores; en un lenguaje llano y sencillo para mayor interpretación y fácil acceso a la respuesta que se busca. Así también una encuesta técnica con los empresarios y/o gerentes a encuestador del área.

En el cuestionario para consumidores y/o público en general se dispone de 10 preguntas, 9 de estas con características cerradas y 1 de característica abierta. En segundo plano, con igual grado de importancia, el cuestionario con libertad de preguntas abiertas para encuestar a los empresarios y/o gerentes.

El entrevistador se dirige hacia las personas en actitud armoniosa con intención de lograr una conexión amistosa, en primer orden; secuencialmente procediendo al momento de las preguntas y respuestas; dicho entrevistador no debe en ningún momento forzar, insistir ni cuestionar la actitud del encuestado.

Se busca opiniones y juicios sinceros para la veracidad de la información pero sin pasar por alto la anotación de las escenas anteriormente mencionadas porque pueden ser utilizadas como marco de referencia para interrogantes futuras.



Entendido esto, se deduce que la encuesta realizada a los empresarios y/o gerentes es de un carácter exploratorio.

Una investigación exploratoria es apropiada en las etapas iniciales del proceso de la toma de decisiones. Usualmente, esta investigación está diseñada para obtener un análisis preliminar de la situación con un mínimo de costo y de tiempo.

El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para ser sensible a lo inesperado y descubrir otros puntos de vista no identificados previamente. Estos incluyen las fuentes secundarias de información, observación, entrevistas con expertos, entrevistas de grupos con especialistas e historias de casos.

Por otra parte, el tipo de investigación empleado para encuestar a los consumidores finales y/o público en general deriva de la investigación descriptiva utilizada por casi el 74% de las empresas.

Propiamente la investigación descriptiva es adecuada cuando los objetivos de la investigación incluye una descripción grafica de las características de los fenómenos del mercado y determinación de la frecuencia con que se presentan, una determinación del grado de asociación de las variables de mercados y una

formulación de predicciones en cuanto a la ocurrencia de los fenómenos de mercado.

Los diseños de investigación descriptiva pueden utilizar una o más fuentes de datos: formulación de preguntas a los encuestados, datos secundarios y simulación.

### 1.1.3 Presupuesto de la Encuesta

Realizar una investigación automáticamente genera una inversión sobre la necesidad de obtener información que hará que se recupere dicha inversión. La opción evaluada y tanteada por la directiva fue la implementación del Outsourcing o por su traducción al español, contratación de terceros.

Detalle	Responsable	Cantidad	Desglose de la actividad	Monto Total
<b>Parte Operatoria</b>	Gallup República Dominicana	1	Estudios y recolección de datos, segmentación y clasificación del público meta, depuración de la información, identificación de factores erróneos, selección de puntos clave y presentación de los resultados.	\$500,000.00
<b>Dieta y Viáticos</b>	Personal Rotativo	10 personas por 20 días \$300.00 por día	Empleados por contrato definido hasta caducar la encuesta en las áreas debidamente señaladas.	\$60,000.00
<b>Transportación</b>	Personal Rotativo	10 personas por 20 días	Movilidad y acceso del personal rotativo a las áreas requeridas en la investigación.	\$20,000.00
<b>Nomina</b>	Personal Rotativo	10 personas por 20 días \$1,500.00 por día	Pago salarial por trabajo desempeñado en la investigación de mercados.	\$300,000.00
<b>Total</b>				\$880,000.00

Como ya se ha expresado, esta investigación estará efectuando la compañía Gallup República Dominicana con dos grandes encuestas para dos factores claves en el proceso de desarrollo de un plan de operaciones para una pizzería.

Presupuestar estas encuestas pone a circular un total de (ochocientos ochenta mil pesos dominicanos) \$880,000.00, distribuidos en gastos incurridos para la manifestación del proceso de investigación.

## **1.2 IMAGEN CORPORATIVA**

### **1.2.1 Ejes Transversales**

#### **Misión:**

Ser la institución dedicada a la elaboración de pizzas italianas de mayor aceptación y preferencia en el mercado local, ofreciendo un producto de calidad competente que aumenta la esencia de los momentos y experiencias brindadas al paladar del consumidor y público en general.

#### **Visión:**

Convertir esta organización en la elección de cualquier interesado al pensar en pizza, proporcionando un producto que cumpla con todas las exigencias de nuestro público real y potencial. Posicionando de esta manera la empresa como líder en la industria de las pizzas en toda la provincia, de modo que exista una satisfacción bidireccional entre el consumidor final y la institución.

## **Principios:**

1. Responsabilidad
2. Confianza y Atención
3. Higiene
4. Compromiso

## **Objetivos**

### **Objetivo General de la Organización**

Ofrecer un producto terminado de calidad y del agrado del público en general, marcando una diferencia palpable ante la competencia; a la vez cambiar la tendencia preferencial de la pizza en la localidad y posteriormente en la provincia de La Vega.

### **1.2.2 Objetivos Específicos de la Organización**

1. Garantizar un proceso de producción de la masa abierta sobre harina, que cumpla con los estándares de calidad exigidos, utilizando siempre ingredientes frescos y con la menor cantidad de químicos alternativos en la medida de lo posible;
2. Lograr el equilibrio entre una cadena de valor que beneficie al consumidor y le proporcione precios módicos con un valor agregado; asimismo que el ROI permita continuar ofertando lo antes mencionado;

3. Educar al consumidor en cuanto a la oferta (variedad de las pizzas) de modo que puedan identificar las diferencias existentes entre las de Gioia Pizzas y la competencia. Esto se pretende lograr con el servicio al cliente, cuando se consuma en el local, en los menús y en la mezcla promocional.

### **1.2.3 Nombre de la Empresa Gioia Pizzas**

El nombre de Gioia Pizzas tomando como referencia parámetros como etimología, comportamiento y forma de ser del producto. En otras palabras, Italia, además de sus pinturas, este país es conocido por su fascinante arte culinario y su innovación de convertir algo ordinario en extremadamente exótico, sin pasar por alto que Italia es cuna de la gastronomía.

Por tal razón el nombre Gioia Pizzas, radica en el lenguaje de este condado por la parte "Gioia" que significa alegría y lógicamente la palabra Pizza que es una masa de marinada y condimentada de especias entre otros ingredientes, siendo característico de la misma la salsa roja y que su figura es circular, típica de este país.

#### **1.2.4 Eslogan de Gioia Pizzas ‘Brindando alegría permanente’**

El eslogan tiene como identificador inmediato, ser una frase breve, corta pero concisa, de forma tal, que sea rápidamente recordada por el escuchante en el medio donde se manifieste. El porqué del eslogan, deriva relativamente con la intención del objetivo general.

Con esto se busca incitar el paladar y que el público deguste las variables del entorno antes de tomar una decisión, juzgar o emitir una opinión al respecto. La intención es que al probar no tendrás otra actitud más que una agradable sonrisa en tu rostro denotando satisfacción por los servicios.

#### **1.2.5 Colores de Gioia Pizzas**

Una empresa que se encamina a tener éxito, es identificable con su público, es decir, utiliza herramientas que la den a conocer de manera única. En el caso de Gioia Pizzas, los colores rojo tomate, amarillo quemado preferiblemente opaco para crear un contraste y detalles en negro y blanco.

La razón por la cual este fue el veredicto final es porque está comprobado que los colores no son tan insípidos como suelen aparentar y que si se ve desde una perspectiva psicológica y mercadológica realmente expresan sentimientos, emociones y hasta impulsan acciones en el ser humano atacando al subconsciente.

Los colores de Gioia Pizzas “Brindado alegría permanente” provocan exactamente eso en todos los hemisferios del cerebro, promoviendo al público a paladear los productos que se ofrecen.

El color rojo tomate es precisamente en representación de la salsa de tomate natural que forma parte esencial y característica de las pizzas; el amarillo quemado se interpreta desde dos puntos de vista diferentes.

En primer lugar, el color amarillo, de manera general, expresa alegría por lo que encaja a la perfección con la intención de Gioia Pizzas y la segunda cara de la moneda es que está demostrado psicológicamente que el color amarillo despierta en las personas una sensación enérgicamente positiva.

Las instalaciones de Gioia Pizzas interiormente estarán identificadas de este color; si se refiere a un tono quemado y opaco, es para crear un contraste con el vivo color rojo tomate y lograr armonía a la vista de los consumidores y clientes.

Los detalles expuestos en negro y blanco son para obtener un punto de equilibrio entre los géneros masculino y femenino. La dirección de este negocio de la producción de pizzas es la Avenida Los Flamboyanes esquina próxima a la calle Chefito Batista, #20 con el teléfono 809-573-9128 y 829-776-6243.

### 1.2.6 Logotipo de Gioia Pizzas

La representación del mono como animal que posee características alegres, simpáticas y totalmente similares al comportamiento del ser humano. Genéticamente comparte genes y costumbres, entre ellas esta su cadena alimenticia, que valida esta oración.

El mono es un primate que simbólicamente es sinónimo de valores positivos, inteligencia, creatividad y participación activa continua. El mono se asocia con Gioia Pizzas por la razón de que el objetivo principal es crear y afianzar la cercanía con el público directamente, por dicho motivo el logo de Gioia Pizzas es la caricatura de un mono sonriente, dispuesto a brindar y satisfacer cualquier inquietud del consumidor y cliente potencial en el establecimiento.

Este mono se llama Gioia; lleva un delantal y gorro de chef como muestra de que es el quien, en un sentido figurado, que prepara las pizzas. La imagen que se muestra a continuación es la materialización de todo lo desglosado en la parte de arriba, donde se puede contemplar cada detalle en conjunto.





### **1.3 MEZCLA DE MARKETING**

El secreto para escribir un plan eficaz de mercadotecnia es la planificación disciplinada. Sin embargo antes de definir este concepto, hay que describir en que consiste un plan de mercadotecnia. El plan es una estructura organizada para guiar dicho proceso.

La planeación disciplinada de mercadotecnia es un proceso de decisión y acción secuencial, interrelacionado y paso por paso. Al emplear este método disciplinado se sigue un modelo lógico que permite definir los problemas, contestar correctamente las preguntas y adoptar decisiones.

El método disciplinado, aunque en un principio sea más lento incrementa de modo extraordinario las probabilidades de éxito del producto, porque el plan de mercadotecnia así preparado es simplemente eso: algo totalmente planeado. Se funda en una base de datos y es muy exhaustivo, pero realizable.

El plan disciplinado de mercadotecnia tiene dos grandes componentes. El primero, información básica de mercadotecnia, comprende la evaluación del negocio, comúnmente llamada análisis situacional, y el segmento de problemas y oportunidades. La evaluación del negocio es un análisis bastante complejo del mercado y de su organización dividida en secciones secuencialmente ordenadas;

el segmento de problemas y oportunidades es un resumen de los retos que surgen de la evaluación del negocio.

El segundo gran componente es el plan de mercadotecnia propiamente dicho, el cual se confecciona con la información recabada y analizada en la sección correspondiente a los antecedentes básicos de mercadotecnia.

El plan incluye todos los elementos pertinentes, comenzando en un orden secuencial con los objetivos de ventas y terminando con un presupuesto y calendario de las actividades necesarias de mercadotecnia para alcanzarlos. Una vez preparado el plan, debe ser realizado y evaluado.

Y aunque la evaluación es el último paso del proceso, con ella comienza de nuevo el método disciplinado, puesto que la evaluación se convierte en parte central de la sección correspondiente a los antecedentes en la preparación del plan para el siguiente año.

### **1.3.1 Producto Gioia Pizzas**

En primer lugar, conceptualizar, que un producto es aquel conjunto de atributos físico e intangibles que sirve para satisfacer una necesidad o deseo para un grupo de individuos con características semejantes. Los atributos o beneficios (ventajas) del producto provienen de las percepciones del consumidor respecto al producto.

Es preciso averiguar que atributos son importantes para los compradores y usuarios y luego determinar qué lugar ocupa la empresa frente a la competencia. La mayor parte de los productos pasan por un ciclo de vida.

Conocer las etapas del ciclo en que se encuentra el producto le ayudara a predecir los mercados meta, la competencia, los precios, la distribución y las estrategias de productos.

#### **1.3.1.1 Categoría de producto y uso del producto**

La pizza, comida que comida que consiste en una base de masa de pan, generalmente delgada y redonda, que se cubre con salsa de tomate, queso mozzarella o similar y diversos ingredientes troceados y se cuece al horno, la variación de los ingredientes; es de origen italiano

. Es un bien de consumo y no duradero, que cae dentro de la categoría de comida rápida o snack ya que no es considerada alimenticia y a la vez no proporciona ningún aporte sustancioso en vitaminas o minerales para el cuerpo del ser humano.

En lo esencial, esto se refiere a como la organización utiliza el producto de su empresa. Si usted descubre que un producto tiene múltiples funciones, le es posible segmentar los mercados meta por tipo de uso y empezar a ofrecer un servicio más personalizado y conocimientos más específicos a cada segmento.

### **1.3.2 Análisis de Situación En General**

#### **FODA**

El FODA, palabra compuesta que por sus siglas se traduce en Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; es conocido por los profesionales del campo de la investigación como uno de los análisis más completo para descifrar a detalle cada una de las vertientes de una empresa desde diferentes puntos de vista. Veamos:

**Fortalezas** Gioia Pizzas: Verdadero sentir italiano en nuestro menú, maquinaria de primera, ingredientes con calidad, recurso humano con más de 1 año de experiencia en el área de la gastronomía, valores e integridad servicial y ambiente familiar y recreativo.

**Oportunidades** Gioia Pizzas: expansión territorial y posible codificación de estructuración, mercado potencial, amplitud de personal e innovación a través del tiempo.

**Debilidades** Gioia Pizzas: negocio en plena etapa de introducción, ubicación no muy transitada.

**Amenazas** Gioia Pizzas: Competencia, fenómenos naturales, cambios en las regulaciones del Estado, alza de impuestos.

Al concluir con este estudio, la directiva debe depurar cada acápite con la intención de tener un plan B o un haz bajo la manga en caso de que alguna de sus amenazas y debilidades se ponga de manifiesto o que sus fortalezas y oportunidades no salgan como se había planeado desde un principio.

### **1.3.2.1 Competencia de Gioia Pizzas**

Uno de los grandes temores para los negocios jóvenes es la competencia, dícese de esta, un “vecino amistoso” cuyo objetivo principal es penetrar en el mercado de su oponente y no dejar que tengas ni la más mínima participación del mismo y solo el poder lograr sus objetivos como empresa.

Claro está, que la competencia no te revelara la estrategia para lograr su plan, es aquí en donde entra el pavor; si conoces cual es la jugada de tu oponente sabrás que carta sacar pero al desconocer dicho dato, se está obligado a contemplar todas las opciones posible de ataque.

El mercado de la pizzería en el campo vegano ha crecido en los últimos 5 años, debido a la información revelada por los estudios realizados por la compañía de investigación dominicana Gallup; que la pizzas se ha convertido en el producto de comida rápida más consumido a nivel local y de más rentabilidad debido a su popular aceptación.

Es preciso decir que al haber tanta demanda de este producto, es lógico que existan muchos establecimientos para satisfacer esos deseos, aquí entra en juego la competencia. Si nos ponemos a comparar la categoría y la calidad del negocio, se pueden considerar como competencia de Gioia Pizzas los siguientes establecimientos comerciales:

1. Pizzería Las Palmas
2. Mozzarella Pizza Place
3. Domino`s Pizzas
4. Pizzas House
5. Pizza Torres
6. Pizzería Macao Grill

Una forma práctica de evadir la competencia es imponer un producto con calidad que verdaderamente satisfaga la necesidad de los clientes en el momento dado. Se ha comprobado también que el servicio y las atenciones al cliente de manera personalizada, garantiza la distinción y resalta la preferencia de las demás empresas.

### **1.3.3 Determinación de Precios**

#### **Fijación de Precios**

El precio es parte importantísima del proceso de toma de decisiones. Un precio demasiado alto puede desalentar la compra del producto y estimular a la competencia que con precios bajos puede entrar en la categoría de producto. Por el contrario, un precio demasiado bajo puede impedir que se alcancen las metas de ganancias

La sección de la evaluación del negocio dedicada a la fijación de precios ofrece los datos relativos a la competencia, a los cambios de la estructura de precios de mercados y a la fuerza de la demanda.

Esta información proporcionará una referencia y ayudara a guiar los objetivos de precios y estrategias en el subsecuente plan de mercadotecnia.

**1.3.3.1 Estrategia del precio**

Los precios de Gioia Pizzas fueron determinados mediante el cálculo siguiente: sumatoria de todos los costos fijos y costos de operación y margen de utilidad de un 0.40%, el total es dividido dependiendo la variable tamaño del producto final, ya que las pizzas de Gioia solo vendrán en tres tamaños (grande, media y pequeña).

Estratégica y financieramente, el cálculo debe ir acorde con los factores influyentes en el entorno de la empresa, en nuestro caso, la variabilidad de los ingredientes y las preferencias de los clientes en cuanto a los mismos.

**1.3.3.2 Menú de Gioia Pizzas**

1 ingrediente:

Pizza pequeña ..... \$300.00



Pizza mediana ..... \$550.00

Pizza grande ..... \$750.00

2 ingredientes:

Pizza pequeña ..... \$490.00

Pizza mediana ..... \$690.00

Pizza grande ..... \$870.00

+2 ingredientes:

Pizza pequeña ..... \$580.00

Pizza mediana ..... \$760.00

Pizza grande ..... \$950.00

Los precios están de manera genérica solo considerando el tamaño de la pizza y que es preparada con solo ingrediente, el precio de las mismas puede variar si el cliente desea agregar algún ingrediente extra, ya que en Gioia Pizzas puedes crear, escoger y degustar la pizza con un toque único.

### **1.3.4 Distribución**

#### **Selección de la estrategia**

Sencillamente, la distribución es el método de entregar el producto al cliente. La tarea de esta área consiste en decidir que método de distribución da mejores resultados en la industria, en la compañía y en los competidores. No obstante, el concepto de distribución varía según la categoría del negocio.

Procure que la ubicación de las tiendas sea muy buena en relación con las de la competencia. ¿Es fácil llegar a ellas y ofrecen buen acceso? ¿Se encuentran en lugares muy transitados o en otros sitios en que prosperen los establecimientos al por menor?

#### **1.3.4.1 Logística y Cadena de Distribución**

Los detallistas han de saber cómo y dónde se vende su producto en relación con la industria. Hay muchas maneras especiales de distribuir el producto al cliente, y los detallistas necesitan saber que método de distribución están adquiriendo o perdiendo aceptación, lo mismo que las ventajas y desventajas de estos métodos.

El detallista debe analizar la categoría óptima del establecimiento para el producto que se vende y para el consumidor que lo adquiere. Las categorías comunes de distribución al por menor son mercancía masiva, tiendas de descuento, tiendas por departamentos, tiendas de especialidades, tiendas de cadena y correo directo.

Cada una es un método especial de distribución que el detallista puede aplicar al vender el producto. Para hacerlo, conviene analizar las tendencias actuales de los canales. En la evaluación del negocio se descubrirá tal vez que, para la categoría del producto los dos métodos de distribución cuya aceptación ha ido en aumento son las tiendas de especialidades con una sola línea y el correo directo.

Si en el momento actual no está usted usando esos canales, debe imitar a la industria que está efectuando la transición a esos métodos de distribución e incorporarlos en el plan de mercadotecnia.

#### **1.3.4.2 Políticas de entrega**

Examinando la metodología empleada para la entrega de los pedidos con los que se abastecerá el almacén, es importante mencionar que hay ciertas políticas que deben influir y que Gioia Pizzas impone como condiciones y más aun considerando que es un solo canal, es decir, una sola vía de transportación.

Después que se lleva a cabo el primer paso, que es la supervisión de mercancía en el almacén y hacer un arqueo de aquella que ha salido recientemente para tener un numero en existencia que no exceda la capacidad de almacenaje pero que a la vez no falte ningún elemento a la hora que se necesite; como segundo paso de debe escribir todo lo anteriormente dicho para proceder a realizar el pedido y ver las condiciones de venta y disponibilidad del pedido.

Una vez realizada la compra (física o telefónica) hay dos formas de entrega por una misma vía de acceso, todo dependerá de la variabilidad de la situación y de la urgencia de los materiales; en primer lugar, la empresa puede optar por ir en búsqueda de los ingredientes con el riesgo de que tal vez no llegue con las mismas condiciones que si fuese la empresa proveedora que haga este trabajo.

La segunda opción es que la empresa proveedora debe hacer llegar el pedido de la compañía con la prorroga que la empresa debe pagar un costo adicional por motivo de flete y seguro en caso de riesgo en el transcurso de la distribución de pedido.

Dicho costo dependerá de la cantidad y el peso del mismo pedido, en este caso, la empresa Interfood Dominicana, que es de donde proviene la mayoría de nuestras materias primas.

En caso de que Gioia Pizzas escoja la opción número dos, se deben tomar en cuenta los siguientes parámetros y condiciones de entrega:

1. La mercancía será devuelta si esta no llega fresca a su lugar destinado; si esta fuera de su empaque; si tiene fecha de vencimiento próxima a caducar o ya caducada.
2. Toda mercancía extra que no esté contemplada en la orden de compra, será devuelta a su proveedor de origen.
3. Un 35% del valor del costo del flete será devuelto a Gioia Pizzas cada vez que no suceda ningún siniestro en el lapso de tiempo que dura la mercancía en llegar a su destino.

4. La empresa proveedora debe desmontar la mercancía en la zona de recibimiento y despacho de la empresa y no podrá abandonar el área hasta no tener la aprobación del encargado de compras.

### **1.3.5 Promoción y Publicidad**

**Mensaje publicitario:** Se trata de un niño que se duerme y mientras tanto sueña con la alegría que trae Gioia Pizza.

- Un jovencito está soñando entrando en un establecimiento de pizzas junto a su familia. Al entrar todo se convierte en una aventura de caricaturas en donde todo es alegría.
- Todo el mundo ahí dentro come pizzas de todo tipo muy alegremente. Quienes atienden a los que comen, tienen un acento italiano y con sonrisas muy atentamente, como meseros llevan sus pizzas, de un lado al otro, cantando y festejando.
- Durante ocurre todo esto, todos entonan una canción que destaca la características principales de Gioia Pizza.
- Todo ocurre mientras el niño atraviesa el establecimiento de puerta a puerta; al este llegar a la puerta de salida, despierta de su sueño debido a

que su madre le llama para preguntarle que quiere cenar, a lo que él responde muy alegre y eufóricamente: ¡Quiero Pizza, Gioia Pizza!

### **1.3.5.1 Promoción de ventas**

Las promociones de ventas son consideradas un arma poderosa en el mundo del marketing porque su función principal es utilizar herramientas que atraigan al cliente y consumidor de manera rápida e inmediata.

Las empresas deben esmerarse al crearlas porque dichas promociones deben ser lo suficientemente tentadora para que nadie pueda resistirse a ellas. Se pueden mencionar innumerables elementos de las promociones de ventas tales como: dos por uno, pague uno y llévase el otro a mitad de precio, entre otros elementos más.

Gioia Pizza utilizara las siguientes herramientas para crear impacto en el mundo de las comidas rápidas la localidad vegana:

**Artículos promocionales:** se puede decir de estos, que son objetos de uso cotidiano, identificados con el logo o colores de la empresa. Esto se hace con la intención de que la persona portadora de dichos artículos se muestre identificada con la empresa en todos los sentidos, tanto así, que no le molesta ser visto exponiendo una imagen ajena.

Esto se ha globalizado tanto, al punto tal, que usamos artículos promocionales de empresas extranjeras y aunque se desconozca de quien se trata es algo que no se le da mucha importancia porque en un primer momento, se utiliza el artículo porque puede estar supliendo una necesidad en ese instante.

Los artículos promocionales de Gioia Pizzas serán: llaveros, t-shirt y sombrillas o paraguas, tal como se muestra en la imágenes de abajo.



**Penetración de precio:** la intención de esta herramienta es la rebaja en el precio de los productos pero por un tiempo muy corto porque después se puede llegar a pensar que el producto carece de calidad. La idea central de esto es que el público se acerque a tu establecimiento y disfrute de tus productos y atenciones por un precio mínimo hasta que el mismo cliente decida y opte que debe pagar el precio justo por los beneficios obtenidos.



La estrategia de Gioia Pizzas consiste en que los días de apertura, dígame aproximadamente entre tres y cinco días, los precios del menú serán muy económicos comparados con los precios de la competencia por la intención ya presentada anteriormente.

#### **1.3.5.2 Mezcla de medios**

La mezcla de medios no es más que la diversidad y opciones que se contemplan y que también se ponen a prueba y se analizan para la transmisión de un mensaje publicitario, con fines lucrativos o de cualquier otra índole. Estos son radio, televisión, prensa escrita, marketing electrónico, entre otros elementos.

En el caso de Gioia Pizzas, se tomó como referencia el hecho de que nuestro mensaje está dirigido hacia la población local vegana, es decir, que no es un campo lo suficientemente amplio para emplear cada una de las herramientas de la mezcla de medios, por lo que solo se utilizaron: la televisión y la prensa escrita.

El mensaje publicitario de Gioia Pizzas es de carácter adaptativo, es decir, posee un comportamiento cuyo contenido no hay que variarle ninguna de sus partes cuando se vaya a pasar de un medio a otro.

### 1.3.5.3 Televisión

#### Presupuesto televisivo

Canal	Programa	Horario	Tanda	Cantidad de Spod	Precio Unitario	Precio Total
<b>Microvision Canal 10</b>	Eskadalo de Oliver Peña	10:00 PM – 11:00 PM	Nocturna	4	350.00	1,400.00
<b>Microvision Canal 10</b>	Alberto y Ubaldo	12:00 PM – 02:00 PM	Meridiana	8	450.00	3,600.00

La razón por la cual se escogieron estos medios televisivos es por la gran aceptación que tiene en los hogares veganos, posicionándolos como los líderes de la televisión por poseer un contenido de información variada, es decir, acto para nuestro tipo de público.

### 1.3.5.4 Prensa escrita

#### Presupuesto de prensa escrita

Medio	Marca	Temporada	Cantidad de Spod	Precio Unitario	Precio Total
<b>Impresiones desechables</b>	Bolantes afiches	Tres semanas	Bolantes 1000	3.00	3,000.00
			Afiches 200	35.00	
<b>Revista</b>	Social Sport	2 meses	1	15,000.00	7,000.00

### **1.3.6 Personal**

Cuando hablamos de un plan de promoción publicitario o plan de promoción de ventas se necesitan equipos de trabajos que puedan desarrollar las funciones asignadas durante el planteamiento y desarrollo de cada una de esas funciones.

La empresa Gioia Pizzas decidió seguir con la implementación de la una sub-contrata con una agencia local. La compañía que tiene esa responsabilidad es la empresa Equipo Oliver Peña, ubicados en la calle Mella de esta ciudad de La Vega, próximo al Cuartel Policial y la Gobernación Vegana.

El motivo, fue la cercanía y simpatía con el pueblo que tiene la agencia, además de los años de trayectoria de sus propietarios en el mundo de los medios veganos. La tarea de Gioia es entregar un brief para que sirva de preámbulo, luego corresponde a ellos seleccionar y buscar opciones más adecuadas a su presupuesto.

**Capítulo 2:**  
**Gestiones Administrativas**

## **2.1 EL MERCADO PYMES EN REPÚBLICA DOMINICANA**

### **Concepto General de PYMES**

Es el acrónimo de “Pequeña y Mediana Empresa”. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido y que registra ingresos moderados. Las PYMES tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el Estado.

No siempre es así en República Dominicana. Sin lugar a dudas este tipo de empresas genera grandes ingresos para cada país porque es uno de los principales motores de empleo, pero necesitan protección e incentivos para competir frente a las grandes corporaciones.

El Estado les ofrece a las PYMES, para su desarrollo y evolución constante, las líneas de crédito con condiciones especiales, los beneficios impositivos y la consultoría sin cargo.

Las PYMES, se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado porque sus ventas o producciones no suelen ser de gran volumen y no requieren de grandes sumas de capital. La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución que permite su

desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo, porque estas empresas proporcionan una parte importante del empleo del país.

Al igual que en los demás países, en República Dominicana, las PYMES son entidades independientes creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a las que pertenecen. Sus ventas anuales en valores no exceden un determinado tope y el número de personas que la conforman no exceden su límite.

Es importante tener en cuenta que estas empresas pagan sus compensaciones en efectivo y sus prestaciones laborales son relativamente bajas. Además sus empleados no cumplen con las reglas del modelo corporativo por tener un bajo nivel de educación y sus financiamientos no son fáciles como las grandes corporaciones.

Estas empresas tienen la oportunidad de desarrollar su competitividad en base a la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales, por lo que exige un alto nivel de comunicación entre sus departamentos, coordinación y control para el desarrollo de sus actividades. Por lo regular casi la mayoría de las empresas que se forman como PYMES, cierran sus puertas a los dos años. Como desaparecen casi todas las empresas

que se crean y mueran en este tiempo, se crean por temporadas una gran cantidad de empresas nuevas.

El gran problema de esta expansión empresarial ha sido que la mayor parte de estos negocios se trata de iniciativas de auto-empleo, de supervivencia precaria. A pesar de ser una fuente muy importante en la economía del país, no cuentan con muchos de los recursos necesarios para que se desarrollen de una manera plena.

Es importante enfatizar que el capital de las PYMES es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad, donde los propios dueños dirigen la marcha de la empresa, que utilizan más maquinaria y equipo aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital.

En República Dominicana las principales entidades que proporcionan financiamiento y por ende, sustentan a las PYMES son:

1. Fondomicro
2. Programa de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (PROMIPYME)
3. Confederación Dominicana de la Pequeña Empresa (CODOPYME)
4. Banco Nacional de Fomento de la Vivienda y Producción (BNV)
5. Banca Solidaria

6. Banco Agrícola Dominicano

7. Despacho de la Primera Dama

(Las MiPYmes Frente a los Tributos como Factor de Competencia, Jean Carlos Reynoso y Carlos Núñez, 2015)

## 2.2 JURISDICCIÓN E IMPUESTOS

Por lo regular las normas por las que se rige una compañía como Gioia Pizzas desde el punto de vista de la Dirección General de Impuestos Internos, son aquellas que caen dentro de la categoría de las comidas rápidas. De manera general, este tipo de establecimiento reportan ITBIS de dos formas diferentes.

En un primer momento, lo hacen cuando realizan los pedidos y pagan las facturas de dichos pedidos, ya en ese instante están pagando ITBIS por la compra realizadas hacia una X institución; en otro orden también deben reportar ITBIS al final de la producción, al momento que sus productos van a ser consumidos.

La diferencia está en que aquí pueden hacer un margen de utilidades, es decir, calcula el porcentaje de las ganancias que obtendrán. Por otra parte la compañía para estar totalmente legal y autorizada se registró en la ONAPI con el nombre comercial de **Gioia Pizzas Pizzería Local Vegana**, cuyo valor a pagar por fue de \$4,500.00 y ante la DGII se representa con el RNC de persona No.402-2394076-4.



## **Efectos de la Reforma Tributaria**

Con el fin de regular el comportamiento económico de la nación, así como dirigir la producción, distribución, el cambio y el consumo de los bienes materiales, los países implementan resoluciones, reglamentos y leyes como herramienta para lograr la efectividad en el manejo de las políticas de la sociedad.

En la República Dominicana, el Estado fomenta activamente la generación e implementación de leyes económicas con el propósito de colaborar con el cumplimiento de los objetivos pautados.

La Cámara de Diputados convirtió en ley el anteproyecto de ley de fomento de las PYMES, una de las piezas diseñadas como parte del Plan Nacional de Competitividad Sistemática que ayudara a mejorar los niveles de competitividad de las PYMES del país.

Con esta iniciativa se busca promover el desarrollo integral de las PYMES del país, ya que estas unidades productivas tienen una gran capacidad de generar empleos y riqueza a través de su desarrollo e inserción en los mercados internacionales.

Esta nueva legislación permite que las PYMES tengan acceso a un financiamiento a través de FOMIPYME luego de un proceso de evaluación de los niveles potenciales de rentabilidad y viabilidad de los proyectos a emprender.

La misma fue diseñada por el Consejo Nacional de Competitividad junto con CODOPYME y los principales actores del sector, como parte de los proyectos derivados del Plan Nacional de Competitividad Sistemática presentado al país por el ex presidente Leonel Fernández en su última gestión presidencial.

(Las MiPYmes Frente a los Tributos como Factor de Competencia, Jean Carlos Reynoso y Carlos Núñez, 2015)

## **Declaraciones de Impuestos**

Las siguientes declaraciones de impuestos deben ser presentadas por las PYMES, dentro de los plazos legales establecidos para tal efecto, entre otras las siguientes:

- 1. Declaración Mensual.** Se refiere a la declaración y pago de los impuestos al valor agregado (IVA), provenientes de los documentos de ventas emitidos y de compras recibidos, los cuales se han registrado en el libro de compras y ventas tales como: impuesto del débito fiscal (ventas), crédito fiscal (compras), ventas exentas y de exportaciones y otros impuestos como son; retenciones de segunda categoría (honorarios), de impuesto

único a los trabajadores, los pagos provisionales mensuales (PPM) obligatorios, y los créditos y remanentes de empresas constructoras.

Para cumplir con este trámite tributario ha de llenarse el formulario correspondiente y presentarlo en Impuestos Internos sea presencial o vía internet. En cualquier institución financiera autorizada para recibirlo, a través del formulario en papel cuando hay un pago asociado, por lo tanto, estas instituciones no reciben declaraciones sin movimiento y con movimiento y sin pago.

Estas declaraciones de declaraciones de impuesto mensual sin pago, se pueden presentar por la vía telefónica y en las unidades del servicio de Impuestos Internos.

Para no incurrir en declaraciones fuera del plazo legal y considerando las diversas declaraciones que se pueden originar, de acuerdo a su realidad como contribuyente es que se recomienda utilizar el calendario de presentación según las modalidades de estas, la cual se encuentra en la página web.

**2. Declaración Anual** de Impuesto a la Renta. Se realiza para cumplir con la normativa que corresponde a la declaración de rentas anuales, que debe ser presentada por empresas y personas naturales para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Dependiendo de la diferencia entre los pagos provisionales pagados durante el año, créditos que pueda utilizar y el monto a pagar en impuestos por dichas rentas, el contribuyente pagara al fisco u obtendrá una devolución por la diferencia.

Esta exigencia deben cumplirla todas las personas residentes en República Dominicana, que hayan obtenido rentas de cualquier origen. Para las declaraciones presentadas por el papel el plazo vence el 30 de abril de cada año, en cambio, para las declaraciones vía web, se entiende hasta el 10 de mayo de cada año.

De no ser entregadas antes de estas fechas recibirá un recargo, sin embargo si es vía web se le hará una condonación en dichos conceptos.

**3. Declaraciones Previas a la Renta (Declaraciones Juradas).** Estas las deben realizar y presentar los empleadores, las instituciones financieras, las empresas comerciales y otras, que deben informar a la DGII, mediante estas declaraciones, las diferentes rentas, declaraciones y otros conceptos que estas pagan o entregan a las personas naturales.

Este trámite se realiza entre los meses de febrero y marzo e cada año, por las rentas o ingresos obtenidos en el año anterior, presentación que también se puede realizar vía internet o presencialmente.

(Las MiPYmes Frente a Tributos como Factor de Competencia, Jean Carlos Reynoso y Carlos Núñez, 2015)

## **2.3 MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

Entendiendo que, los procesos y sistemas de producción pueden variar inmensamente, partiendo de las características que engloben la compañía productora y los pasos necesarios para convertirse en un producto final listo para ser ingerido o comercializado cuando apenas era una simple materia prima.

Aunque dependa de funciones y pasos diferentes para que cada uno pueda ser efectivo en su hábitat, es conveniente mencionar, que hay elementos que los asemejan uno con otros, y estos son los métodos para evaluar cada una de sus etapas.

Se distingue entre producción en serie y producción por encargo, según la actividad productiva se realice en cadena, sin atender a los requerimientos de un cliente concreto o de forma individualizada. Las características del mercado actual provocan que esta distinción se difumine, puesto que es posible realizar una programación del proceso productivo en el que, sin perder las ventajas de la producción en serie, se atiende a los deseos concretos de un determinado cliente.

Según la gama de productos:

- Producción simple. Se obtiene un único producto.
- Producción múltiple. Se obtiene más de un producto. Se distingue entre:
  - Producción independiente: Los distintos productos salen de cadenas de fabricación totalmente independientes.
  - Producción compuesta o conjunta: De un mismo proceso se obtiene más de un producto, o al menos parte del proceso es común a más de un producto.
  - Producción alternativa: Algunos factores de producción pueden ser aplicados alternativamente a más de un producto, pero no a la vez, sino con carácter alternativo.
- 

### **2.3.1 Métodos de Evaluación utilizados en el Proceso de Producción:**

El taylorismo, en organización del trabajo, hace referencia a la división de las distintas tareas del proceso de producción. Fue un método de organización

industrial, cuyo fin era aumentar la productividad y evitar el control que el obrero podía tener en los tiempos de producción.

Está relacionado con la producción en cadena. El proceso de mejora continua es un concepto del siglo XX que pretende mejorar los productos, servicios y procesos.

Postula que es una actitud general que debe ser la base para asegurar la estabilización del proceso y la posibilidad de mejora. Cuando hay crecimiento y desarrollo en una organización o comunidad, es necesaria la identificación de todos los procesos y el análisis mensurable de cada paso llevado a cabo.

Algunas de las herramientas utilizadas incluyen las acciones correctivas, preventivas y el análisis de la satisfacción en los miembros o clientes. Se trata de la forma más efectiva de mejora de la calidad y la eficiencia. En el caso de empresas; normas ISO y sistemas de evaluación ambiental, para conseguir calidad total.

## **2.4 COMPORTAMIENTO EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Hacer referencia al comportamiento se puede entender como los acontecimientos que suelen suceder por alguna causa y que traen consigo alguna consecuencia.

Sin embargo en este acápite se busca dar a entender el comportamiento que se dan a cabo para con la materia prima, los ingredientes, y los materiales para la producción.

Asimismo se pretende informar acerca de los posibles resultados que puede traer el mal uso o la aplicación de técnicas no adecuadas para con las materias primas, ingredientes y herramientas del producto final en la pizzería.

### **2.4.1 Factores que inciden en el Comportamiento de un Sistema de Producción**

#### **Diseño Industrial o Diseño/Desarrollo de Producto (Bien o Servicio)**

Es la concepción, programación, proyección y producción del Producto de la empresa.

#### **Diseño del Proceso.**

Proceso es el diseño del sistema de producción material. Donde se toma una decisión del tipo de tecnología que se utilizará, la distribución de las



instalaciones, analizan el proceso, equilibrio de las líneas, control de proceso y análisis de transporte. (Gestión Técnica de la Producción, Fabián Tello)

## **Capacidad**

Capacidad es la determinación de niveles óptimos de producción de la organización —ni demasiado ni pocos—; las decisiones específicas abarcan pronósticos, planificación de instalaciones, planificación acumulada, programación, planificación de capacidad y análisis de corridas. (Gestión Técnica de la Producción, Fabián Tello)

## **Administración de la cadena de Suministros**

Es la determinación de las relaciones con los proveedores, y su integración en el proceso productivo de la empresa.

## **Inventario**

Inventario es la administración de niveles de materias primas, trabajo en proceso y productos terminados. Las actividades específicas incluyen ordenar, cuándo ordenar, cuánto ordenar y el manejo de materiales.

## **Fuerza de trabajo**

Fuerza de trabajo es la administración de empleados especializados, semi especializados, oficinistas y administrativos. Las actividades a desempeñar las

podemos resumir en diseñar puestos, medición del trabajo, capacitación a los trabajadores, normas laborales y técnicas de motivación.

### **Localización y Diseño de Planta**

Es la toma de decisiones sistemáticas sobre la localización de la planta de proceso, y el diseño interno de la misma teniendo en cuenta el producto que es responsabilidad de la empresa.

### **Gestión de Calidad**

Calidad es la parte encargada de garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrece. Las actividades a desempeñar dentro de estas funciones son controlar la calidad, muestras, pruebas, certificados de calidad y control de costos.

### **Mantenimiento**

Las actividades de la producción de operaciones representan la parte más grande del activo humano y el capital dentro de una empresa; los costos básicos de fabricación se contraen mediante las operaciones.

La administración de operaciones tiene un gran valor como arma competitiva, como estrategia; las fortalezas o debilidades de las cinco funciones de la producción pueden significar el éxito o fracaso de una organización; este sistema está estructurado mediante un conjunto de actividades y procesos relacionados para cumplir con el objetivo de crear bienes y servicios de calidad.

### **Sistemas Productivos Particulares**

Producción Justo a Tiempo: Es aquel sistema que tiene como objetivo organizar la producción de forma que se aumente la velocidad de respuesta, se disminuyan los inventarios, se mejore la productividad, y se aumente la calidad de los bienes producidos. Para lo cual se requieren condiciones del diseño de la planta, el manejo de materiales, administración del mantenimiento, empoderamiento y entrenamiento para múltiples funciones de los empleados y empoderamiento de los proveedores involucrándolos en las decisiones estratégicas de desarrollo de producto.

### **Los recursos que maneja son**

- Persona: es la Mano de Obra y los conocimientos.
- Partes: son los materiales e insumos.
- Plantas: son los edificios, instalaciones, máquinas.

- Planificación: sistema de planificación de la producción y recursos necesarios, la información para la toma de decisiones y el control de las operaciones.
- Procesos: las distintas fases del sistema productivo de la empresa u organización.
- Que se emplea en la forma breve y continua de la empresa.

## **Capítulo 3:**

### **Plan De Producción**

### **3.1 DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN**

Un sistema es un conjunto de objetos unidos entre si por alguna forma de interacción e interdependencia formal. Los sistemas pueden ir de conjuntos muy grandes de subcomponentes físicos hasta situaciones más reducidas.

Los modelos se desarrollan con frecuencia para representar un sistema o alguna de sus partes. El concepto de sistemas puede ayudar a aumentar la comprensión que se tenga de las operaciones de una organización.

(Administración de la Producción y las Operaciones, Everett y Ronald Ebert.)

#### **3.1.1 EL Subsistema de Operaciones**

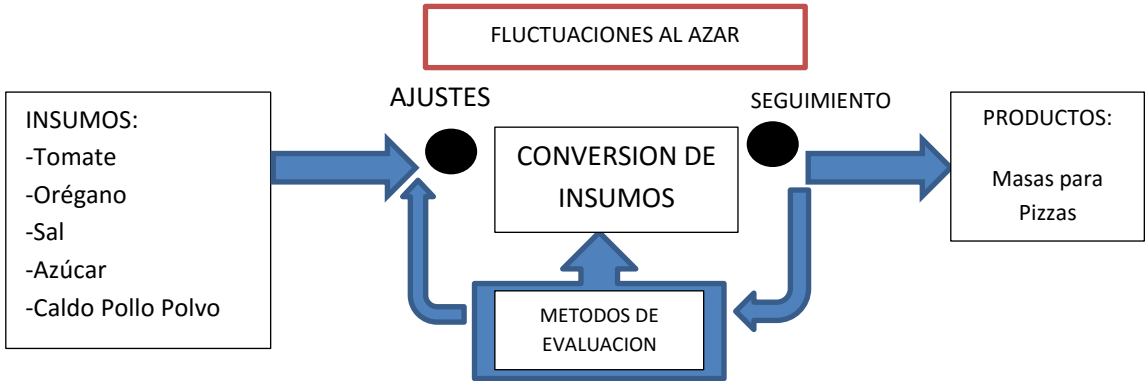
El subsistema de operaciones, hablando en términos generales, es la parte de la organización que existe principalmente para generar los productos. En algunas empresas el producto es un bien físico mientras que otras pueden ser de consumo o incluso, un servicio.

Entonces, ¿Por qué las empresas tienen un subsistema de producción? Esto puede responderse que todas incluyen un proceso de conversión, tal cual se explicó en el capítulo anterior de acuerdo con el acápite Comportamientos en el proceso.

El proceso de conversión es el trayecto que recorre un producto para concluir como lo que es. Son necesarios para este proceso los insumos requeridos

para hacer el producto, el proceso por medio del cual se convierten estos insumos, el producto que resulta de esta conversión y los círculos de retroalimentación en el subsistema de operaciones.

El producto se convierte en dinero y, como puede verse el proceso de conversión es algo que se mantiene vivo. Todo lo antes expresado comprende el subsistema de producción, y uno o más de estos pueden completar el sistema de producción.



La forma exacta de este proceso de conversión varia de empresa en empresa pero, de todas maneras, es un fenómeno económico que existe en todas ellas.

Las fluctuaciones al azar que aparecen en el diagrama anterior están conformadas principalmente por una influencia del ambiente no planeada e incontrolable que podría causar que la producción real fuera diferente a la planeada.

Es necesario reconocer la distinción entre la conversión directa de los insumos y los insumos en el proceso de conversión. El insumo económico en los productos que se fabrican para almacenar (materiales) es convertido directamente en productos finales.

Los insumos en el proceso de conversión no sufren ninguna transformación y simplemente suministran los servicios necesarios para desarrollar las labores de producción.

(Administración de las Operaciones, Roger Schroeder)

### **Impacto de la Tecnología en la Conversión**

Se entiende aquí por tecnología el conjunto general de actividades de transformación que tienen lugar en el proceso de conversión y también el nivel de sofisticación científica en planta, equipos, destrezas y productos.

#### **3.1.2 Selección del Proceso Productivo**

Las decisiones sobre selección de procesos determinan el tipo de proceso productivo que se usara y la extensión adecuada del mismo. Los administradores deben decidir si organizan el flujo del proceso como un flujo en línea de alto volumen de producción o como un proceso de bajo volumen en producción por lotes.



También si la empresa debe integrarse hacia el frente con el mercado o hacia detrás con los proveedores. La selección del proceso es de naturaleza estratégica y tiene una gran importancia.

(Administración de las Operaciones, Roger Schroeder)

Gioia Pizza estima la precisión de valerse de buenos proveedores y mantener una relación conveniente para el desarrollo constante del negocio, sin embargo la productividad de los procesos de conversión, los sub sistemas de producción y el mismo sistema completo dependen del mercado y la adaptación de Gioia para con él.

Se han clasificado los procesos de acuerdo con dos características: flujo del producto (Proceso para inventario) y tipo de pedido (Proceso por pedido), estas especificaciones se pueden ver en la Matriz de Características de un Proceso que se plasma a continuación.

Esta Matriz es tomada, bajo los ideales de Roger G. Schroeder, en su libro Administración de Operaciones.

## Matriz de Características de un Proceso

	PROCESO PARA INVENTARIO	PROCESO POR PEDIDO
<b>FLUJO EN LINEA</b>	<b>I</b> Refinación de petróleo Molienda de harina Enlatadoras Cafeterías	<b>II</b> Líneas de ensamble de autos Compañía de teléfonos Servicios eléctricos
<b>FLUJO INTERMITENTE</b>	<b>III</b> Talleres de maquinas <b>Restaurantes de comida rápida</b> Cristalería Muebles	<b>IV</b> Talleres de maquinas <b>Restaurantes</b> Hospitales Joyería por pedido
<b>POR PROYECTO</b>	<b>V</b> Casas de especulación Pinturas comerciales	<b>VI</b> Edificios Películas Barcos Retratos

(Administración de las Operaciones, Roger Schroeder)

En una empresa cada producto específico se elabora dentro de uno de estos seis procesos; sin embargo, una mezcla de productos conduce a menudo a una mezcla de tipos de proceso dentro de la misma empresa. Estos procesos se aplican tanto a servicios como a bienes.

Echando un vistazo podría parecer fácil determinar el tipo de flujo y el proceso a utilizar en Gioia o para cualquier pizzería en general. Sin embargo, existen seis factores que parecen influir en la selección de uno de los procesos ya presentados:

1. Requerimiento de Capital
2. Condiciones de Mercado
3. Mano de Obra
4. Habilidades Administrativas
5. Materia Prima
6. Tecnología

Basados en estos parámetros Gioia Pizza opta por ubicarse en el nivel III de los procesos, con un flujo intermitente de proceso por pedidos y las consideraciones de los seis factores estipulados. Esto se traduce de la manera más explícita en los diferentes acápite de cada capítulo de este documento.

Considerando que como estructura la planta de producción se define por lote, un híbrido entre los procesos intermitentes y continuo debido a que no produce bienes con volúmenes altos, es posible realizar una producción de acuerdo a pedidos y es flexible para el control de producción por inventarios.

### **3.2 MATERIA PRIMA E INGREDIENTES**

Está claro que para la preparación de las pizzas la materia prima indiscutible es la masa, que puede ser abierta sobre harina o aceite. En el caso de Gioia Pizza el proceso se basa en abrirla sobre harina de maíz, para ser más específicos. No obstante para llegar a obtener esta materia prima para un producto terminado, es preciso contar con materiales de producción incluso con otra materia prima determinante que es la harina de trigo.

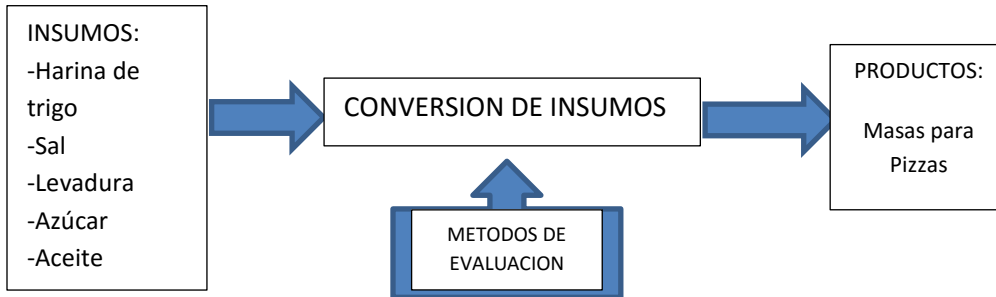
Mas técnicamente a todo este proceso se le llama proceso de conversión. Consiste en la transformación técnica de todos los materiales que conforman tanto la masa como materia prima de la pizza y propiamente, asimismo, la pizza como producto terminado.

De forma que para la obtención de un producto final todos los ingredientes son sometidos a dos procesos de conversión que se puede traducir como subsistemas, que al unirse formarían el proceso total de producción.

Existe por igual otro proceso de conversión ara la salsa de la pizza, un proceso que puede estimarse como el truco o el secreto para propiciar el sabor distintivo de cada pizzería.

### Proceso 1:

#### Subsistema Obtención de La Masa



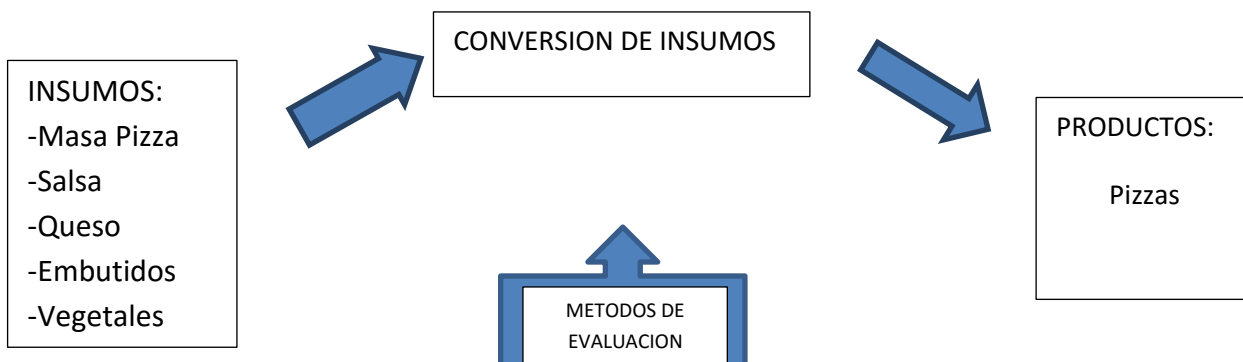
### Proceso 2:

#### Subsistema para Obtención de la Salsa



### Proceso 3:

#### Subsistema de Preparación de la Pizza



Con estos diagramas, los cuales son tomados de la concepción de los autores Adam Everett y Ronald Ebert en su libro Administración de la Producción y las Operaciones, podemos entender el comportamiento que han de adoptar la materia prima e ingredientes para resultar un producto compuesto de consumo, terminado.

Es preciso destacar que resultados influyentes en el comportamiento de todos estos insumos incurridos en el proceso de producción dependen de su almacenamiento, el agotamiento de su inventario, y el nivel de desperdicio de cada ingrediente durante el proceso de producción.

Otro aspecto a tomar en cuenta en lo que al comportamiento durante el proceso de producción es la consideración de los insumos que requieren de compras diarias y poca cantidad para almacenamiento, situación que aplica para algunos ingredientes, así como para productos compuestos que forman parte del producto de consumo terminado.

Esto en el caso de los tomates para la salsa, la salsa luego de preparada, las masas luego de su estancia de reposo y todos los embutidos de acuerdo a su fecha de caducidad.

También las maquinarias y equipos requeridos para el proceso de producción definen un comportamiento muy determinante en el inicio y finalización del proceso. Al inicio de estos procesos es de suma importancia la batidora industrial con todas sus herramientas.

Al final de este proceso es de manera obligatoria el horno de cadena industrial para procurar la pizza como tal. Se hace referencia al comportamiento de estas herramientas, equipos y maquinarias debido a su temporal chequeo y mantenimiento, así como limpieza.

De modo que todos los equipos estén a la disposición de la mano de obra para iniciar y culminar el proceso de producción en cada jornada. Para finalizar es correcto y necesario tomar en cuenta que todos estos comportamientos son supervisados por directrices determinadas por los métodos de evaluación y control basados en los resultados esperados.

Estas directrices garantizan que el comportamiento de los insumos así como de las maquinarias necesarias para el proceso de conversión sea el estipulado en el plan de producción de la institución.

### **3.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN**

La producción es la transformación de unos insumos en productos, donde interviene la mano de obra; ésta puede presentarse de distintas maneras, como trabajando en el proceso de conversión o transformación de forma directa (operario, ingeniero, técnico)

.La capacidad de producción es el nivel de actividad máximo que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite conocer y analizar el grado de uso de cada uno de ellos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.

Las producciones de Gioia Pizzas están basadas en cuanto a su personal de producción, es decir, en base a las unidades que el equipo de trabajo puede producir día a día. Este equipo de trabajo tiene la particularidad de que las unidades de producción son estadísticamente contadas semanalmente.

El proceso consiste en que se mide los volúmenes de ingredientes consumidos y se clasifican de forma descendiente, es decir, del mas consumido hasta el menos utilizado para la preparación de cada una de las pizzas de Gioia Pizzas; al momento que ya se conoce esta información, entonces ya se puede



tener un control en el inventario y saber que siempre pedir y que siempre tener en existencia. Este dato ayuda a la capacidad de producción en que el proceso no se interrumpa por falta de materiales o por escasez de herramientas.

Las producciones serán evaluadas todas las semanas por el método de clasificación de pedidos y se valorará la rapidez en dicha preparación, tomando en cuenta el orden que se presentara más adelante para no echar el producto final a perder o simplemente se vuelva un desperdicio.

Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión. Cuando una línea de producción está formada por varias máquinas, la capacidad de producción de la planta está determinada por la máquina o la estación más lenta (que tenga menor capacidad de producción).

Se llama balance de línea al proceso mediante el cual se determina la cantidad de máquinas y herramientas por estación de trabajo, para lograr que todas ellas estén bastante equilibradas, evitando desperdicios.

Tomando esta información como referencia, las unidades de las producciones de cada una de las pizzas varían semanalmente entre 60 y 65 pizzas.

### **3.4 HORAS DE TRABAJO Y MANO DE OBRA REQUERIDA**

Incluye los sueldos de los obreros y/o empleados cuyos esfuerzos están directamente asociados al producto elaborado. En procesos muy mecanizados (por ejemplo, plantas de harina y aceites de pescado), este rubro representa menos del 10% del costo de producción, pero en operaciones de considerable manipuleo puede llegar a superar el 25%.

Las dos variables que regulan este rubro son: costo de la hora-hombre u hombre-año y número de horas-hombre o número de hombres/mujeres requerido. Al costo básico de la hora-hombre que se estima de acuerdo a los convenios laborales vigentes, deberán adicionarse las cargas sociales que normalmente están a cargo del empleador.

El personal de trabajo de Gioia Pizzas estará conformado por un cuerpo de 10 personas, cada una de estas desarrollando una función diferente dentro del establecimiento y estarán distribuidos por áreas.

6 personas están destinadas al área de la producción en general y de manera masiva; 2 hombres encargados de las masas y harinas, elaboración y preparación de las mismas; dos hombres más para el detalle, acabado y finalización de las pizzas en conjunto con su empaque en caso de que sea para llevar la orden; los últimos dos hombres de los seis ya mencionados, uno estará en el área de almacén y el otro será auxiliar operativo, el cual debe tener conocimiento del área en general, tanto de materia prima, equipos maquinarios y conocimientos de los ingredientes a utilizar.

Una joven orientada hacia la atención al cliente y facturación de los pedidos, la cual también deberá ejercer de ciertas funciones contables y cuadros diarios.

Dos jóvenes que se encargaran de la parte de servicios y atenciones personales, es decir, meseros para atender a cada uno de nuestros consumidores y por ultimo pero no menos importante la parte administrativa y gerencial de la compañía sobre la cual recae la responsabilidad de toma de decisiones y atención a empleados, entre otras áreas propias de la misma disciplina.

El horario laboral de Gioia Pizzas es todos los días; Lunes a Jueves de 6:00 PM a 12:00 AM, Viernes y Sábado de 5:00 PM a 12:00 AM y Domingos de 4:00 PM a 11:00 PM.

Las horas de trabajo en la producción varían de 6 a 8 horas diarias. Esto es sin tomar en cuenta que una vez a la semana se laborara en horario especial por motivo de entrega de pedidos y almacenamiento de los mismos, de igual forma para llevar un control del inventario.

La parte función de la parte operatoria es fundamental para el rendimiento y la productividad efectiva de la empresa y así se puedan lograr todos los objetivos establecidos al principio ya que básicamente es la misión de la compañía.

### **3.5 DIAGRAMAS DE PROCESOS**

#### **3.5.1 Diagramas de Proceso de Flujo**

Para un mayor entendimiento es preciso explicar las características del tipo de flujo aplicado a la producción de pizzas o restaurantes de comida rápida definido como nivel III.

Los procesos de flujo intermitentes se caracterizan por la producción por lotes a intervalos intermitentes. El equipo y la mano de obra se organizan en centros de trabajo por tipos similares de habilidades o equipo. (Administración de Operaciones, Roger Schroeder)

En consecuencia, un producto fluirá nada más hacia aquellos centros de trabajo que requiera y se saltará los demás. Esto produce un patrón de flujo mezclado.

Las operaciones intermitentes usan equipos diseñados para fines generales y mano de obra totalmente calificada; por tanto, son muy flexibles para cambiar el producto o el volumen de producción, un reto para el control de inventarios, por lo que se precisa un sistema que permita gestionar un inventario diario en cuanto a la producción.

Asimismo se plantean retos para con la fluidez del proceso de producción y la eficacia de la mano de obra por la tendencia de esta a ser limitada. Respondiendo a esta interrogante Gioia Pizza organiza su mano de obra por el tipo de producto a producir en tres secciones.

Debido a que las pizzas cuentan con tres subsistemas para resultar como producto final, entonces se ha de contar con cuatro equipos de trabajo involucrados en la producción de la masa (1), la salsa (1) y la cadena de preparación de la pizza de acuerdo al pedido (2).

### **3.5.2 Diagrama de Proceso de Operaciones**

El proceso de operaciones en una pizzería va de la mano con el paso a paso en el orden por el cual pasa una pizza para llegar a su etapa final y poder ser ingerida por los clientes y consumidores. No es simplemente poner algo al horno y esperar que su cocción coja el punto exacto, es saber el origen y por qué las cosas van en dicho orden.

Primero se debe preparar la masa, la metodología empleada por Gioia Pizzas en la técnica de la masa abierta sobre harina, es decir, la masa es preparada y dejada en reposo a una temperatura adecuada al punto, esto ocurre hasta que la masa vaya a ser utilizada para la elaboración de una pizza.

Dicha masa es preparada en diferentes tamaños para la opción que tenga la orden en secuencia; luego que el pedido esta hecho, se abre la masa y se amasa hasta coger la textura adecuada para la colocación de cada uno de los ingredientes considerando que debe tener el orden siguiente.

La salsa es algo fundamental y debe ir después del paso de abrir la masa en harina; después se rocía el queso preferiblemente mozzarella ya que es el más adecuado debido a su textura y la condición que adopta cuando se cuece la pizza.

Luego sigue la colocación de todos los embutidos e ingredientes de tipo carne, dígame pepperoni, salchicha, salami, jamón, entre otros ingredientes; por último y para un mejor acabado se pone se colocan todos los demás ingredientes, con esto se refiere a los vegetales tales como maíz, hongos, aceitunas, albahaca, entre otros.

Este orden debe cumplirse al pie de la letra, por razón de que, si llegase a ocurrir lo contrario o saltarse algún paso, la pizza no obtendrá la textura y consistencia adecuada que planteamos al principio de la investigación.

Si este procedimiento se da de forma errónea puede existir la probabilidad de que alguno de los clientes no adopte la forma y color que debería tener al terminar su preparación.

De manera general se podría decir que el proceso sería el siguiente: 1. Abrir la masa y darle forma, 2. Colocar la salsa, 3. Rociar el queso, 4. Poner los embutidos y 5. Adornar con los vegetales necesarios.

### **3.6 SISTEMA DE COSTO UTILIZADO EN EL PROCESO**

Costos de manera genérica, se refiere a todos lo que necesito adquirir como compañía para la iniciación de un negocio ya sea nuevo o remodelación, es todo lo que conlleve el gasto económico para generar un ingreso ya sea a corto o largo plazo.

En el caso de un plan de operaciones, en vez de simplemente llamarles costos, se le llamaran costos de operación o costos de producción. La diferencia con la definición anterior está en que son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto. Esto significa que el destino económico de una empresa está asociado con: el ingreso (por ej., los bienes vendidos en el mercado y el precio obtenido) y el costo de producción de los bienes vendidos.



Mientras que el ingreso, particularmente el ingreso por ventas, está asociado al sector de comercialización de la empresa, el costo de producción está estrechamente relacionado con el sector tecnológico; en consecuencia, es esencial que el tecnólogo pesquero conozca de costos de producción.

### **3.6.1 Costo de Producción**

El costo de producción tiene dos características opuestas, que algunas veces no están bien entendidas en los países en vías de desarrollo. La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo.

La segunda característica es que los costos deberían ser mantenidos tan bajos como sea posible y eliminados los innecesarios. Esto no significa el corte o la eliminación de los costos indiscriminadamente.

### **3.7 CODIFICACIONES**

Codificar es asignar un código a un producto. Si esta codificación muestra las características de dicho producto, entonces se dice que es una codificación significativa; en caso contrario, la codificación será obviamente no significativa.

Para efectos de una descripción rápida de los materiales, se suele codificarlos. La codificación consiste en describir un producto o artículo a base de una clave. Para Gioia Pizzas se ha establecido una codificación basándonos en la

naturaleza del artículo a identificar su prioridad para la producción y su ubicación dentro del almacén.

La codificación requiere del señalamiento del código y la descripción del artículo. Para que esto se lleve a cabo se deberá elaborar un libro con las hojas sustituibles que contengan todos los códigos y su descripción.

Para evitar confusiones y reducir errores en cuanto a la producción y el ofrecimiento mismo de los productos se procede con una serie de pasos:

1. Explicar a todo el personal la metodología aplicada, en funcionamiento del almacén y las ventajas de esos procedimientos;
2. Analizar cada grupo de códigos detalladamente y aclarar todas las dudas que se presenten.

Hay varios métodos para codificar, los más comunes y utilizados son: Nemónico (letras) y el Decimal (números). Atendiendo a las directrices inequívocas del sistema decimal y en una combinación con la naturaleza del producto y su ubicación en almacén supone de 4 caracteres para determinar el código.

<b>Naturaleza</b>	<b>Ubicación almacén</b>	<b>Anaqueles</b>	<b>Prioridad y uso</b>
-------------------	------------------------------	------------------	------------------------

El método decimal está compuesto por números en su totalidad y normalmente tiene de 6 a 8 cifras. Se puede incluir al código, algunos de los siguientes datos adicionales para la descripción del artículo: 1. Si es fabricado por la empresa y 2. Su localización en el almacén.

(Organizaciones de Almacenes, Molina Aznar) (Técnica de la Organización de Almacenes, Fein, Lahde, Muller)

Para codificar las operaciones tomando en cuenta las directrices antes mencionadas es preciso clasificar y codificar de acuerdo al grupo de mercancías. Como es lógico, las operaciones de refiere a los productos terminados que son ofrecidos por Gioia al cliente.

### 3.7.1 Codificaciones de Operaciones

<b>Nombre del producto</b>	<b>Código</b>
<b>Pizza de pepperoni</b>	<b>PZPP0001</b>
<b>Pizza de jamón</b>	<b>PZJM0002</b>
<b>Pizza de maíz</b>	<b>PZMZ0003</b>
<b>Pizza de salchicha</b>	<b>PZSC0004</b>
<b>Pizza de salchicha italiana</b>	<b>PZSCI005</b>

<b>Pizza de aceitunas</b>	PZAC0006
<b>Pizzas de doble queso</b>	PZDQ0007
<b>Pizza de chorizo</b>	PZCH0008
<b>Pizza de vegetales</b>	PZVG0009
<b>Refresco de uva</b>	RFUV0001
<b>Refresco de fresa</b>	RFFR0002
<b>Refresco de manzana</b>	RFMZ0003
<b>Refresco de seven up</b>	RFSU0004
<b>Refresco de naranja</b>	RFNJ0005
<b>Refresco de Coca Cola</b>	RFCC0006
<b>Refresco de Pepsi</b>	RFPS0007
<b>Agua normal</b>	AGNL0001
<b>Agua Saborizada</b>	AGSB0002
<b>Café normal</b>	CFNL0001
<b>Café Espresso</b>	CFEX0002
<b>Café de Caramelo</b>	CFCR0003
<b>Moccachino</b>	CFMC0004
<b>Café Cappuchino</b>	CFCP0005
<b>Cervezas Presidente</b>	CVPR0001
<b>Ingrediente Extra</b>	INEX0001

La forma determinada para conformar esas codificaciones es tomando en cuenta agrupaciones de mercancías ofrecidas, asignando un número para cada especificación de modo que se pueda reconocer rápidamente el producto a registrar a la venta

### 3.7.2 Codificaciones de Almacén

<b>Nombre del producto</b>	<b>Código</b>
<b>Harina blanca</b>	<b>HNABLC</b>
<b>Queso Mozzarella</b>	<b>QSOMZZ</b>
<b>Queso Parmezano</b>	<b>QSOPAR</b>
<b>Salsa de tomate fresca</b>	<b>SALTFR</b>
<b>Salsa de tomate enlatada</b>	<b>SALTEN</b>
<b>Aceitunas</b>	<b>ACEI01</b>
<b>Salchicha normal</b>	<b>SACHNL</b>
<b>Salchicha italiana</b>	<b>SACHIT</b>
<b>Pepperonni</b>	<b>PPRO01</b>
<b>Hongos</b>	<b>HNGS01</b>
<b>Sal</b>	<b>SAL001</b>
<b>Azucar</b>	<b>AZU001</b>
<b>Pimienta</b>	<b>PIMT01</b>
<b>Jamon</b>	<b>JAM001</b>
<b>Chorizo</b>	<b>CHOR01</b>

### **3.8 ALMACENAMIENTO DE MATERIALES**

#### **Sistema de almacenamiento en la producción Kanban**

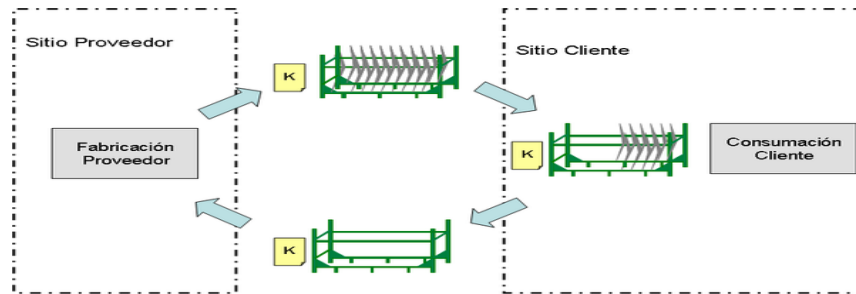
Él es un sistema de información que controla de modo armónico la fabricación de los productos necesarios en la cantidad y tiempo necesarios en cada uno de los procesos que tienen lugar tanto en el interior de una fábrica.

También se denomina “sistema de tarjetas”, pues en su implementación más sencilla utiliza tarjetas que se pegan en los contenedores de materiales y que se despegan cuando estos contenedores son utilizados, para asegurar la reposición de dichos materiales.

Las tarjetas actúan de testigo del proceso de producción. Cuando un cliente retira productos de su lugar de almacenamiento, el kanban, o la señal, viaja hasta el principio de la línea de fabricación o de montaje, para que se produzca un nuevo producto.

Se dice entonces que la producción está guiada por la demanda y que el kanban es la señal que el cliente indica para que un nuevo producto deba ser fabricado o montado para rellenar el punto de stock.

En el caso de Gioia Pizzas se haría de manera manual por parte de nuestro equipo de operaciones en vez de como se explica en la parte superior.



Es bueno conocer un poco de su origen. El sistema Kanban fue inventado debido a la necesidad de mantener el nivel de mejoras por la Toyota. Kanban se hizo un instrumento eficaz para apoyar al sistema de producción en total.

Además, demostró ser una forma excelente para promover mejoras, porque al restringir el número de Kanban en circulación se destacan las áreas con problemas.

### **3.8.1 Almacenamiento de cada uno de los ingredientes**

Es el momento preciso para mencionar detalladamente cada uno de los ingredientes y materias primas de Gioia Pizzas. Como parte imprescindible están (tanto enlatada como tomates frescos), queso mozzarella de la mejor calidad, sal, azúcar, pepperonni, jamón, y maíz.

En los ingredientes que no son tan imprescindibles o considerados como ingredientes secundarios, están los siguientes: salchicha tradicional, salchicha italiana, ajíes, cebollas, hongos no tóxicos, aceitunas negras, pimienta, sazón para dar sabor al gusto, queso parmesano.

Como parte del inventario y también perteneciente a la lista de artículos vendidos dentro del establecimiento pero que no son elaborados sino que son pedidos a Bepensa Dominicana y Nescafé , por ser considerados elementos complementarios a la hora de ingerir las pizzas.

Estos son: agua, refresco de sabores variados, agua saborizada, jugos artificiales de varios sabores y café en sus diferentes versiones, en fin, diversas bebidas para acompañar el producto final que es la pizza.

### **3.9 MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN**

De manera imprescindible resulta ser la utilización de equipos y maquinarias par la producción en todas las industrias manufactureras o productoras de bienes físicos y para el consumo hoy en día, producto de la tecnología y en busca de la mejora continua de la vida diaria del operario, la eficacia de la producción y la satisfacción del cliente.



Teóricamente hablando, una maquina es un conjunto de elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía, o realizar un trabajo con un fin determinado. Asimismo, se determina maquinaria al conjunto de máquinas que se aplican para un mismo fin y al mecanismo que da movimiento a un dispositivo. (Wikipedia.org)

En un sentido general las maquinarias y equipos entran en la gama de insumos dentro del proceso productivo, por lo que se precisa trasladar por unos momentos la visualización al sistema de producción de Gioia Pizza.

El sistema de Gioia consta de tres centros de trabajo o tres ciclos, lo que significa que tres equipos de trabajo funcionan en sus respectivas áreas; como insumos las maquinarias no se transforman, sino que transforman los ingredientes y/o materiales en los productos esperados, para un futuro producto terminado que es la pizza.

La maquinaria forma parte indiscutible de la planta, que se refiere a las instalaciones y los equipos de la empresa. Cabe destacar que las instalaciones para una empresa que produzca en un nivel 3 o 4 (lote) las instalaciones presentan de manera conjunta el establecimiento de venta y servicio al cliente propio del tipo de negocio y adjunta la planta de producción.

Convenido con lo anterior las máquinas que conforman la maquinaria productiva estarán ubicadas y clasificadas de acuerdo a su utilización en los centros de trabajo de cada área, estas últimas serán diseñadas en un modelo de cocinas industriales, de modo que se pueda contar con todo tipo de equipo y herramientas necesarias para el flujo de los pedidos y así garantizar una producción sin estancamientos durante los procesos.

La cocina industrial es aquel espacio y/o establecimiento de alimentos cuyo objetivo es dar servicios a grupos extensos. El protocolo principal que debe existir en la cocina industrial está basado en proporcionar comodidad para el trabajo de operarios, debe ser en espacios relativamente amplios y contar con el equipo suficiente para el trabajo designado.

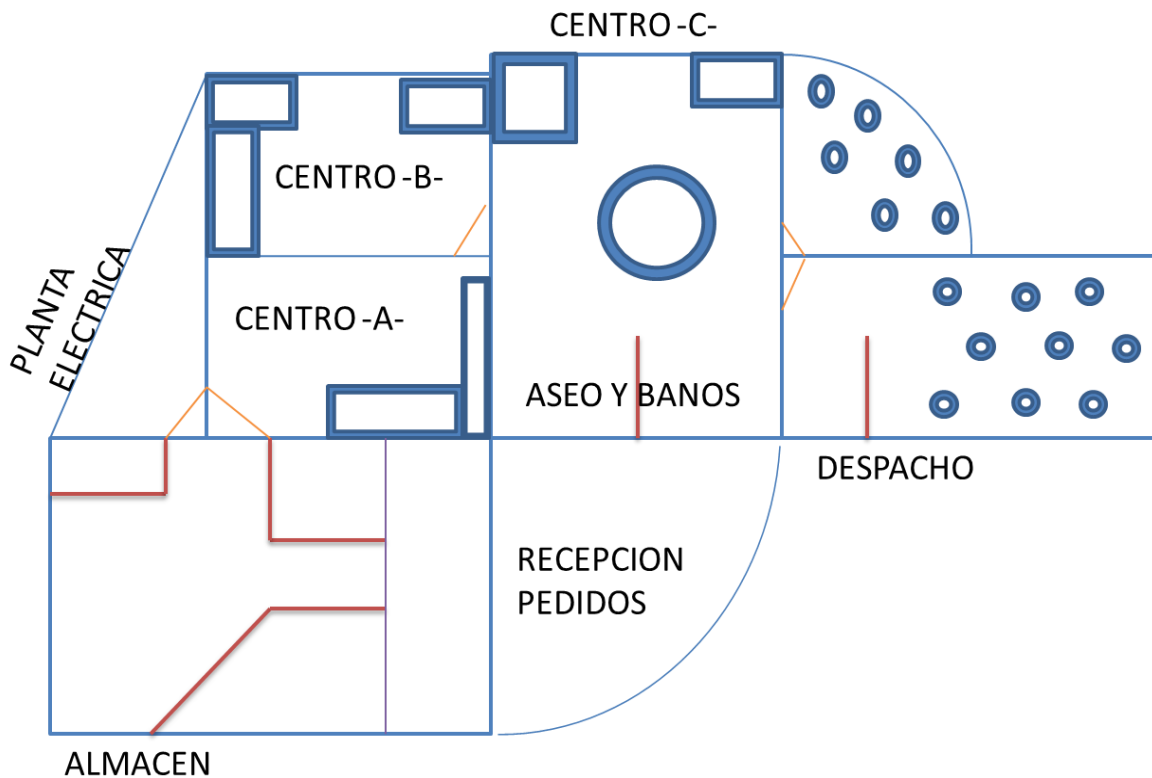
Entre las responsabilidades acatar en una cocina de este tipo tenemos:

- A. Alimentos, atendiendo al centro de trabajo, se trata de los ingredientes necesarios para cada área para no detener el flujo;
- B. Higiene, cada área debe estar limpia porque se trabaja con alimentos y estos pueden contaminarse;
- C. Espacio, cada área debe estar despejada para hacer más ágil la producción.

### 3.9.1 Diseño y Distribución de las Instalaciones

La distribución de las instalaciones, para procurar la correcta posición de la maquinaria supone un diseño acorde con el flujo del proceso productivo y el flujo de las operaciones por centros mismos.

#### Los Equipos y Herramientas



Es determinante entender los costos incurridos en maquinarias y equipos de producción y el valor que van perdiendo con el paso del tiempo estos equipos y maquinarias.

Para esto se proporciona a continuación una tabla en la que se indica el equipo a utilizar, su costo, el porcentaje de depreciación que se le puede aplicar y resultado para la depreciación por un año. A continuación una lista de las maquinarias y equipos necesarios para desarrollar y garantizar la producción:

1. Mesas
2. Mezcladoras de Mesa
3. Mezcladora Industrial
4. Horno de Estandarte
5. Horno de Cadena
6. Bandejas
7. Ruedas cortadoras
8. Espátulas (Madera y Aluminio)
9. Abrelatas
10. Rayadora de Queso
11. Rebanadora de Embutidos
12. Extendedora de Masa

### 3.10 DEPRECIACIÓN DE LA MAQUINARIA

En la tabla se precisan las maquinarias a las que se le aplica la depreciación. Utilizando términos contables, a este tipo de maquinarias se le denomina maquinaria liviana y la categoría a encajar por su naturaleza ha de ser la tercera, en la cual se le aplica un 15% de depreciación por cada año.

Cabe destacar que en las tablas no se proporciona la cantidad de cada artículo que es necesario y que se precisan aquí los equipos necesarios para la producción únicamente.

<b>RELACION MAQUINARIA-DEPRECIACION GIOIA PIZZA</b>			
<b>EQUIPO/MAQUINARIA</b>	<b>COSTO ORIGINAL</b>	<b>% DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION 1 Año</b>
<b>Rayadora de Queso</b>	<b>RD\$ 21, 350.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 3, 205.50</b>
<b>Mezcladora pequeña</b>	<b>RD\$ 5, 000.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 750.00</b>
<b>Mezcladora grande</b>	<b>RD\$ 69, 700.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 10, 455.00</b>
<b>Horno Estandarte</b>	<b>RD\$ 6, 885.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 1, 032.75</b>
<b>Horno Cadena Grande</b>	<b>RD\$ 188, 500.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 28, 275.00</b>
<b>Extendedora de Masa</b>	<b>RD\$ 33, 890.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 5, 083.50</b>
<b>Rebanadora</b>	<b>RD\$ 16, 500.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 2, 475.00</b>
<b>Refrigerador (Freezer)</b>	<b>RD\$ 15, 560.00</b>	<b>15%</b>	<b>RD\$ 2 334.00</b>

Ante la complejidad de las maquinarias y equipos a utilizar, todo el personal de producción ha de ser capacitado para saber laborar en cualquier área de la

pizzería, de modo que se precise el conocimiento de los procedimientos y así garantizar el cuidado de los mismos. No obstante, cada empleado de Gioia Pizza cuenta con un seguro social para la atención médica en caso de incidentes durante su horario de trabajo.

Periódicamente cada equipo de trabajo será sometido a un taller de capacitación, incluidos en estos las orientaciones de lugar en cuanto las medidas de seguridad a tomar, asimismo cada empleado ha de someterse a estudios y análisis, así como vacunas contra tétano y otras enfermedades por prevenir.

Ingresando cada empleado debe someterse a cumplir el reglamento de seguridad de la organización, el cual cuenta con directrices de poderes y deberes acerca del proceso de producción y el uso de los equipos y maquinarias. Al tomar estas precauciones de salud e instalar en forma correcta la maquinaria podemos proporcionar la seguridad de las instalaciones.

### **3.11 RIESGO DE LA PRODUCCIÓN**

Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP) adoptados por la Comisión del Codex Alimentarius (CCA).

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con

el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos. Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final.

Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

El sistema de HACCP puede aplicarse a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde el productor primario hasta el consumidor final, y su aplicación deberá basarse en pruebas científicas de peligros para la salud humana.

La aplicación del sistema de HACCP puede ofrecer otras ventajas significativas, facilitar asimismo la inspección por parte de las autoridades de reglamentación, y promover el comercio internacional al aumentar la confianza en la inocuidad de los alimentos.

La aplicación de los principios del sistema de HACCP consta de las siguientes operaciones, que se identifican en la secuencia lógica para la aplicación del sistema de HACCP:

- Formación de un equipo de HACCP
- Descripción del producto
- Determinación del uso al que ha de destinarse
- Elaboración de un diagrama de flujo
- Confirmación in situ del diagrama de flujo
- Enumeración de todos los posibles riesgos relacionados con cada fase, ejecución de un análisis de peligros, y estudio de las medidas para controlar los peligros identificados
- Determinación de los puntos críticos de control (PCC)
- Establecimiento de límites críticos para cada PCC
- Establecimiento de un sistema de vigilancia para cada PCC
- Establecimiento de medidas correctivas
- Establecimiento de procedimientos de comprobación
- Establecimiento de un sistema de documentación y registro.

### **3.11.1 Responsabilidad Social**

Desde tiempos remotos se ha puesto de manifiesto el término de la responsabilidad social, aunque tal vez no se haya conocido con ese nombre en su origen, sino con el nombre de Relaciones Publicas; este último es un tema tan amplio, pero en esencia siempre ha estado en el sentir del a mercado.

La responsabilidad social va más allá de la satisfacción inmediata al momento de consumir un producto en particular, dicha responsabilidad juega un



papel mucho después de que los consumidores hayan desempeñado su función como tal.

Se considera como una garantía menor a las posibles reacciones y efectos secundarios que puedan surgir luego de que se compre o consuma el producto. Las empresas que dicen tomar posesión de la responsabilidad social, deben cumplir con una serie de requisitos que respalden realmente que la tienen y que el público a su vez interprete e identifique su lealtad hacia la organización.

La responsabilidad social, en su gran mayoría dependerá de la actividad comercial a la cual se dedique la empresa. Hay ciertos criterios que compartirán, tales como compromiso con la higiene, calidad y servicios insalubres que afecten directamente al sistema inmunológico y los anticuerpos del ser humano.

Si mencionamos responsabilidad social hay casi un 99% de probabilidades que se mencione una póliza de seguros que respalden las adversidades ya mencionadas.

Una póliza es un elemento de los seguros avalado por una compañía en particular y esta a su vez de manera general por la Superintendencia de Seguros de la Republica Dominicana.

La misma ofrece una cobertura anual a cambio del pago de la prima (monto a pagar por la cobertura anual) pero para cubrir todas las siniestralidades antes mencionadas, es necesario que Gioia Pizzas cuente con las siguientes pólizas:

Incendio y líneas aliadas, aumento de la responsabilidad civil, avería de maquinaria y equipos especiales y fidelidad 3D (esta última es utilizada en caso de fraude o robo por parte de empleados o personas externas) cabe destacar que esto es independiente al seguro social de cada uno de los empleados de esta institución.

### **3.12 CAPITAL DE TRABAJO Y PROYECCIONES DE VENTAS A 5 AÑOS**

Por simple lógica y deducción humana, al momento de emprender un proyecto se pone de manifiesto el capital de quien está haciendo la inversión en dicho proyecto. Esto no quiere decir que una persona dure toda una vida ahorrando para algún día en la vida y quizás cuando ya esté exhausto y empezar la preparación de un negocio propio.

Hoy en día gracias a todos los avances tecnológicos, y sobre todo gracias a la revolución humana y económica, no es necesario que un ser humano emplee todo su capital en la esquetización de un plan si tiene la opción de tomar un préstamo por la mitad del valor total del proyecto y mantener una reserva en caso de emergencia o imprevistos.

Con esta opción, el negociante mantiene una parte de su capital asegurado y la otra parte queda en la expectativa de que si producirá la suficiente ganancia para generar un retorno de la inversión totalmente positivo, o que, dicho capital sea desperdiciado por completo.

La inversión realizada para el levantamiento de Gioia Pizzas fue alrededor de \$3, 000,000.00, con esperanzas de recuperar en el primer año de sus operaciones comerciales el 50% de todo lo invertido.

Esta última parte se puede evaluar mediante las medidas correspondientes para la contemplación de las proyecciones y pronósticos de ventas, donde se confrontaran todos los planes para el cumplimiento de los objetivos y ver si en realidad ha sido valido cada intento y esfuerzo por el momento.

En cuanto a las proyecciones, se debe tomar como referencia la evolución constante tanto de la sociedad, sus cambios en los gustos alimenticios, en cuanto a la tecnología y sus diversas informaciones.

Se deben tomar en cuenta porque son de los factores que siempre están en constante cambios con los tiempos y adaptándose al comportamiento del mercado.

Si la empresa Gioia Pizza mantiene un comportamiento estándar y con escala progresiva, hay probabilidades de que al cabo de 5 años triplique la inversión realizada para comercializar, considerando que con el paso del tiempo hay ciertos factores renovables, es decir, variables que deberán ser cambiadas o renovadas con el paso de los años.

Algunas de estas pueden ser las maquinarias, la renovación del contrato de alquiler, registro de nombre comercial y aumento en el ITBIS o salario de cada uno de los empleados. Si se tiene un margen de referencia para cubrir estos posibles gastos, entonces la empresa se encuentra dentro de una utilidad positiva.

### **3.13 ENCUESTA PILOTO Y ANEXOS**

Se sabe que la fuente de mayor veracidad para obtener información es preguntando directamente, por tal razón para que Gioia Pizzas pudiera iniciar sus operaciones con pie derecho se preparó con anticipación para que al abrir sus puertas al mercado local no hubiese errores que corregir en el camino.

El proceso de operaciones a simple vista puede parecer fácil para desarrollar pero hay que tener bien en cuenta que si es un proceso se está

hablando de una secuencia de pasos en orden cronológico y cada uno de estos pasos requiere de sutil observación y control.

El fuerte en este momento es saber que realmente el público busca en una pizzería y como desea la pizza en calidad de tiempo, textura, valor agregado, entre otras áreas; variables que son de vital importancia si el objetivo es desarrollar un plan de operaciones altamente efectivo.

## **Encuestas**

### **Consumidores final y/o público en general.**

1. ¿Simpatiza usted por la comida rápida?  
**A) Si B) No**
2. ¿Qué tipo de comida rápida prefiere?  
**A) Chimi B) Pica-Pollo C) Pizza D) Yaroa**
3. ¿Cuál de estos establecimientos de comida rápida prefiere?  
**A) Pala Pizza B) Juan Caine C) Joan Yaroa D) Pizzería Las Palmas**  
**E) Mozzarella Pizza Place**
4. ¿Cuál es el máximo de tiempo que esperaría por comida rápida?  
**A) 15 minutos B) 25 minutos C) Media Hora**

5. ¿Qué factores combinados les parecen mejor al elegir un puesto de comida rápida?
- A) Rapidez-Atención B) Atención-Calidad C) Higiene-Calidad**
- D) Atención-Higiene E) Rapidez-Calidad**
6. ¿Qué ingredientes nunca le han gustado en su comida rápida?
- A) Ajíes y Cebolla B) Hongos C) Embutidos D) Vegetales**
7. ¿Cuál de estas pizzas prefieres?
- A) Full condimentos B) Mix cárnico C) Vegetales D) Doble queso**
8. ¿Cuál bebida prefieres para acompañar tu comida rápida?
- A) Sodas B) Jugos Naturales C) Agua D) Bebidas alcohólicas**
9. ¿Cómo prefiere usted su comida rápida?
- A) Crujiente B) Blanda C) Jugosa D) Seca**
10. ¿Cómo ayudaría la comida rápida a su salud?

### **Empresarios y/o empleados, gerentes.**

- 1- ¿De qué se trata para usted el sistema de producción? ¿Para una pizzería?
- 2- ¿Entre los posibles procesos de producción para pizzas existentes, cuál sería el de su preferencia?
- 3- ¿Cuál es la masa preferente para producir en esta pizzería? ¿Por qué?

- 4- ¿Cuáles son los materiales esenciales para la producción de estas masas?
- 5- ¿Cuáles ingredientes conforman la pizza como producto final?
- 6- ¿Cuál es el proceso para la obtención de las materias primas e ingredientes secundarios y, cuáles podrían ser las estrategias utilizadas para la obtención de los mismos?
- 7- ¿Cada cuánto tiempo se pasa inventario referente a los materiales de producción?
- 8- De acuerdo con la adquisición de materias primas, ¿cuál es la capacidad de producción estimada?
- 9- ¿Cómo define usted el proceso de flujo durante la producción de esta organización?
- 10- ¿Cuál es el costo promedio de los materiales que garantizan la producción de la pizza?
- 11- ¿Cuáles son las maquinarias necesarias para la producción de las masas y la preparación del producto final?

Tomando en cuenta como referencia esta encuesta, se pudieron establecer decisiones de suma importancia con relación a las actividades que se deben realizar en una empresa de este tipo de magnitud, principalmente a la parte operatoria, es decir, el proceso de producción.

## Resultados Encuestas Consumidores y/o Publico General

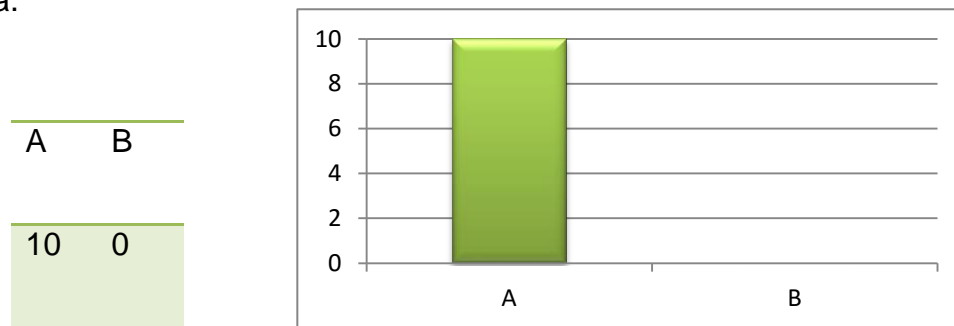
### Interpretación de Resultados

#### 1. ¿Simpatiza usted por la comida rápida?

a- Si

b- No

La iniciativa de esta pregunta deriva en comprobar la preferencia de los destinatarios escogidos como muestra para la presente encuesta hacia la comida rápida.



Está comprobado, que una gran masa de la población vegana, tiene preferencia por la comida rápida. Esto se a que La Vega es considerada una de las ciudades con más actividad social, en el sentido de que sus habitantes, en su gran mayoría, son jóvenes involucrados en grupos y movimientos juveniles que les implica salir de su zona de confort. Por consiguiente recurren a este tipo de comida.

#### 2. ¿Qué tipo de comida rápida prefiere?

a- Chimi

c- Pizza

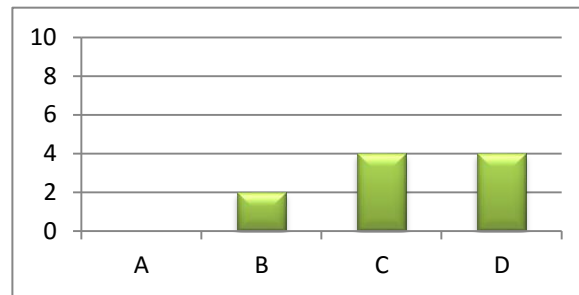
b- Pica-Pollo

d- Yaroa



El público preferente de comida rápida tiene diversas opciones para escoger, por lo tanto fue preciso orientar esta pregunta a las comidas más famosas en este renglón, a nivel local.

A	B	C	D
0	2	4	4

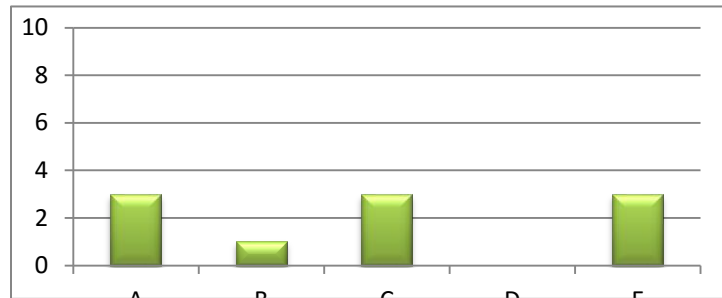


Evidencialmente, se muestra un empate entre las opciones C y D, pero al momento de la encuesta fue obvia la preferencia por la pizza porque es un tipo de comida rápida que incita a la participación activa del compartir entre grupos de personas, ya sean conocidos o de poca interacción social. No es menosprecio por la opción C, pero es en el mayor de los intereses mostrar transparencia en la investigación.

### 3. ¿Cuál de estos establecimientos de comida rápida prefiere?

- a- Pala Pizza
- b- Juan Caine
- c- Joan Yaroa
- d- Pizzería Las Palmas
- e- Mozzarella Pizza Place

A	B	C	D	E
3	1	3	0	3



Tal cual cada prospecto a cliente tiene una especialidad preferida, de igual forma tiene un lugar donde adquiere esta, por ende con esta pregunta se pretende identificar cuáles son estos establecimientos o puntos de venta. Es en esta pregunta en donde se comienza a incurrir la encuesta alrededor del negocio de las pizzas.

Las opciones seleccionadas por los encuestados demuestra con total transparencia la intención de la pregunta anterior, donde se refleja la preferencia por la pizza. Actualmente las pizzerías están en la obligación de vivir en constante innovación para no pasar como obsoletas en el tiempo y obtener un equilibrio en la fase de crecimiento en el ciclo del producto.

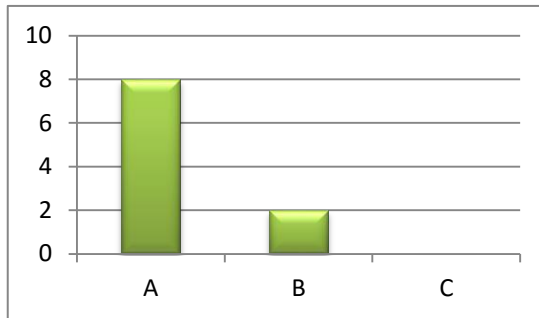
Esta información es de sublime importancia para los gerentes que están al frente de esta categoría de negocios. El establecimiento debe estar en las más óptimas condiciones para el alojamiento prematuro de los consumidores y clientes.

**4. ¿Cuál es el máximo de tiempo que esperaría por comida rápida?**

- a- 15 minutos
- b- 25 minutos
- c- Media Hora

Al conocer el tiempo promedio por el cual el cliente esperaría por un pedido, es posible enfatizar en la eficacia del servicio en la preparación de las pizzas, a la vez, es posible determinar el tipo de masa elegible para la preparación en un menor tiempo.

A	B	C
8	2	0



Eventualmente, los negocios del actual siglo XXI, se ven forzados a sesgar todos sus recursos y gastos hasta llevarlos a su más mínima expresión en cuanto a no desperdiciar su capital ni sus acciones pero simultáneamente deben incrementar la eficiencia en sus servicios y atenciones, tomando como punto de partida que uno de las variables más apreciadas por el cliente es la combinación de una orden entrega a justo a tiempo con un producto de calidad e higiene. Por tal razón el tiempo es sinónimo de dinero en el mundo mercadológico y financiero.

5. ¿Qué factores combinados les parecen mejor al elegir un puesto de comida rápida?

a- R

b- Rapidez-Atención

e- Atención-Higiene

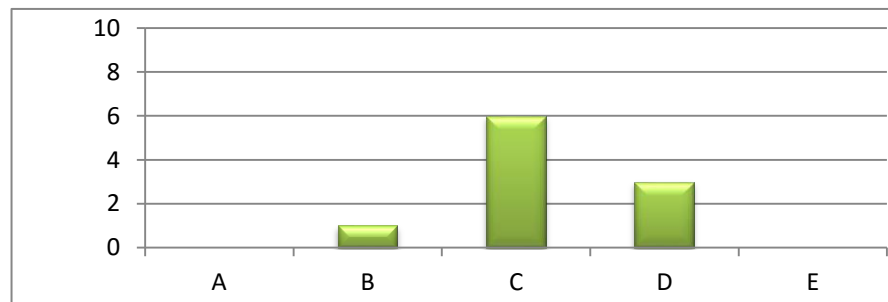
c- Atención-Calidad

f- Rapidez-Calidad

d- Higiene-Calidad

La finalidad para con esta pregunta es encontrar los factores que inciden en la aceptación por parte del público en un establecimiento y su posterior preferencia, basándose en los factores combinados que proporciona el servicio. De esta forma se puede constituir la mejor combinación o la que resulte más elegida, como el valor agregado propiciado por la empresa.

A	B	C	D	E
0	1	6	3	0



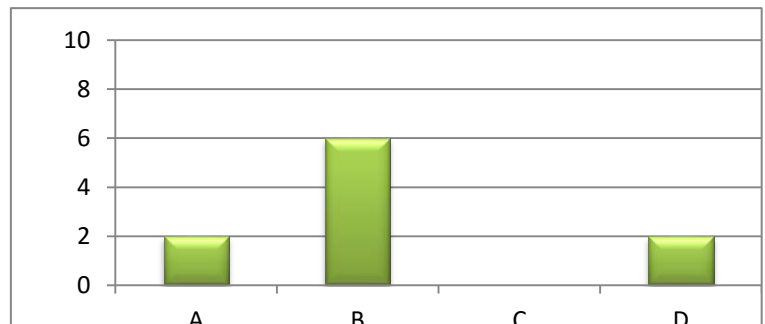
El factor salud, es un punto clave para los establecimientos de comida rápida. Se han manifestado situaciones en donde se pone en juego la reputación de algunos de estos establecimientos por la vulnerabilidad higiénica en sus servicios.

Es responsabilidad, tanto de la parte administrativa como de los empleados, velar por un servicio eficientísimo en cada una de sus áreas para al final brindar un producto de satisfacción plena.

**6. ¿Qué ingredientes nunca le han gustado en su comida rápida?**

- a- Ajíes y Cebolla
- b- Hongos
- c- Embutidos
- d- Vegetales

A	B	C	D
2	6	0	2



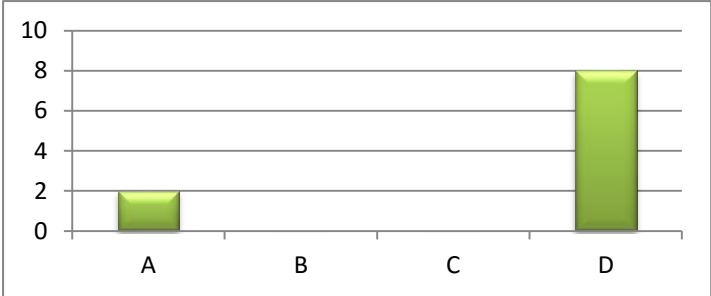
**7. ¿Cuál de estas pizzas prefieres?**

- a- Full condimentos
- b- Mix cárnico
- c- Vegetales
- d- Doble queso

Del mismo modo es importante saber cuáles ingredientes son preferidos y cuáles no lo son. Una forma estratégica de saber cuáles ingredientes son los preferidos es preguntando los que no son preferidos. Además de esta información, los resultados arrojados en esta pregunta facilitan la colocación de ofertas, de forma que resulte conveniente en base a costos para la empresa.

Las preguntas 6,7 y 8 van encaminadas en la misma temática que esta, debido a que reconociendo por muestreo individual la combinación de ingredientes preferidos, los no preferidos y la bebida para acompañar, resultaría más fácil y determinante como diseñar los famosos combos, entre otras opciones a ofertar.

A	B	C	D
2	0	0	8



Gráficamente, se observa en la pregunta 6 que el ingrediente de menor aceptación por la población local vegana es el hongo, esto se debe a las costumbres y tradiciones que embarga dicha provincia en la que en su gastronomía el hongo no es frecuentemente consumido.

Independientemente de que se quiera dar a conocer el arte culinario italiano, este ingrediente adquiere una reputación negativa al ser comparado y a la vez ser descendiente de ciertas plantas venenosas.

Por otra parte, con relación a la pregunta 7, es notable la preferencia de los encuestados y por ende gran parte de la población vegana por el queso.

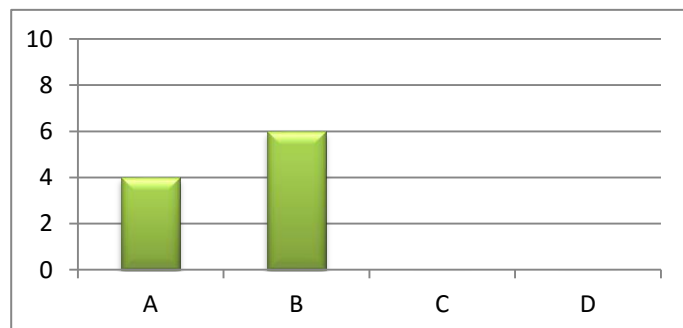
Internacionalmente el queso, preferiblemente mozzarella, es el ingrediente por excelencia para la elaboración de las pizzas y si este llegase a faltar se podría decir que la pizza está incompleta considerando este un ingrediente fundamental y complementario.

### 8. ¿Cuál bebida prefieres para acompañar tu comida rápida?

- a- Sodas
- b- Jugos Naturales
- c- Agua
- d- Bebidas alcohólicas

Preferiblemente, las comidas rápidas son acompañadas por alguna sustancia líquida con la intención de ayudar a la digestión y procesamiento de la misma al ser ingerido el aperitivo. Las bebidas, pueden variar según el perímetro del establecimiento o las costumbres de su entorno.

A	B	C	D
4	6	0	0



Las bebidas cada vez son más diversificadas, en el sentido que en plena actualidad, existen más variedad de combinaciones y sabores que los que había hace 10 años atrás. Esto ha dado un giro desde el punto de vista de las grandes industrias que fabrican estos productos. Por otra parte, está de moda lo “ecológico” y el fitness.

Se puede decir que los consumidores tratan de crear una especie de balance entre ingerir comida rápida pero acompañado de algo que no sea tan dañino para el organismo que compone al ser humano, es por tal razón que la opción de los jugos naturales.

**9. ¿Cómo prefiere usted su comida rápida?**

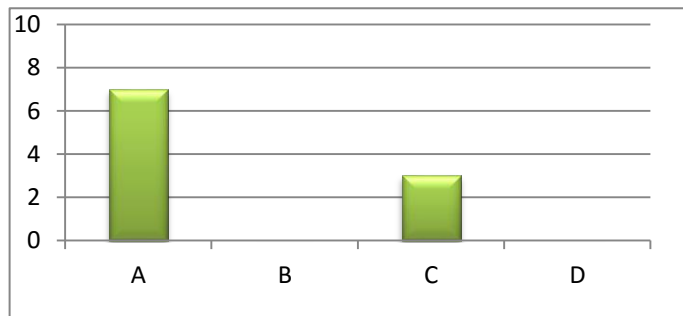
a- Crujiente

c- Jugosa

b- Blanda

d- Seca

A	B	C	D
7	0	3	0





Esta pregunta proporciona a los gerentes y supervisores de producción información acerca de la preferencia del público en cuanto a textura se trata, de modo que facilita las decisiones a tomar en cuanto a los insumos que se deben utilizar.

Esta pregunta puede tener varias interpretaciones, pero partiendo desde el punto de vista de la mayoría de los votos; la opción ganadora es la A. Que la textura sea crujiente es sinónimo de calidad e higiene en la preparación de los alimentos.

Muestra que tuvo un punto exacto de cocción y que no está pasa de condimentos. La combinación perfecta de la pizza, según los entrevistados, es aquella que logra un equilibrio entre lo crujiente de la masa y lo flexibilidad y elasticidad de sus ingredientes.

Sin embargo es sabio mencionar que todos estos resultados son relativamente proporcionales, debido a la muestra tomada como prospecto para ser entrevistada y el análisis que esto conlleva para ser aplicado al público total en general. El gerente ha de evaluar tendencias, margen de error y su relación con estos resultados.

## Resultados de la Encuesta

Las informaciones obtenidas durante la investigación de mercados, tanto de fuentes primarias como secundarios, son tomadas en cuenta sin importar que vaya acorde con el fin de la compañía, a modo de que sirva como resguardo o posible almacenamiento de datos para eventos incontrolables o alguna observación para que el plan siga su rumbo.

Si al final de la jornada los datos reunidos en el proceso de investigación, en su gran mayoría, no acertaron con el objetivo de la compañía contratante, entonces se dice que la causa fue en vano; pero al contrario, si la información obtenida durante la investigación fue, en un porcentaje elevado, verídico con el fin de la empresa entonces la investigación tuvo éxito.

Mediante las gráficas de participación por los entrevistados en cada una de las encuestas realizadas a los diferentes públicos, se interpretan los resultados siguientes:

1. El gusto por la pizza aún prevalece y encabeza la lista de las comidas rápidas preferidas. Independientemente que no sea un plato típico, sino, que proviene de una cultura totalmente diferente, se impone de manera firme y veraz;

2. El proceso de producción para el desarrollo de una pizzería, implica elementos fundamentales para que el resultado final sea de calidad e higiene perpetua. Abarca desde herramientas, técnicas de cocción, maquinarias industriales y un personal capacitado en la manipulación de la gastronomía.

Según la información obtenida en los estudios aplicados hacia ambos nichos de mercado, el comité administrativo pudo deliberar y concretar en relación a la imagen de la nueva pizzería y se le da cuerpo organizacional para una empresa de categoría PyMES a nivel local en La Vega.

## **CONCLUSION**

Como se pudo observar desarrollar un plan de operaciones para una pizzería, que garantice el funcionamiento eficaz de los procedimientos involucrados en la producción de comida rápida en las pymes de la provincia de La Vega, no es tarea fácil ya que requiere de muchísimo esfuerzo, empeño y dedicación por parte de sus amantes y propietarios.

Implementando las herramientas de la Mercadotecnia y los procesos de producción para el desarrollo de un plan de operaciones se pudo demostrar que dentro de un establecimiento de comida rápida es fundamental el cumplimiento de todos los pasos que inciden en el proceso de un plan operatorio sin discriminar su actividad comercial ni menospreciar la calidad en sus productos.

Se demostró el rol tan importante que juega el experto en el área del mercadeo a la hora de realizar un plan relacionado y sobre todo tratándose de este tipo de comida en la provincia de La Vega. El profesional debe tener un perfil lo suficientemente alto para la toma de decisiones equívocas, que no afecte ninguna de las partes, ni operatoria ni comercial.

Comprobándose la teoría de que se puede ofrecer lineamientos y pasos específicos a seguir para garantizar una producción de calidad, optimizando recursos y proporcionando un producto al alcance del consumidor final. Tales como los procesos de producción y codificaciones tanto de almacén como de la parte operatoria que se mostraron específicamente en el desarrollo del capítulo número tres del cuerpo de trabajo.

El desarrollo de un plan de operaciones sin importar el tipo de negocio o actividad social a la que se dedique una empresa, es muestra de que ya no estamos en la era de la prehistoria y que en las PYMES también se pone de manifiesto este tipo de cultura. Un inmenso placer de nuestra parte compartir esta información con ustedes.

## BIBLIOGRAFIA

Adran Payle: La Esencia de la Mercadotecnia de Servicios. A. Simón A Shuster Company.

Joseph P Guiltinan. Gordon W. Paul. Thomas J. Madden. Gerencia de Marketing: Estrategias y Programas. Sexta Edición.

George A. Steiner. Planeación Estratégica: Lo que todo director debe saber. Vigésima Segunda Represión México 1997.

StannRapp. Thomas L. Collins: EL Nuevo Maxi Marketing. La guía clásica para transformar su publicidad, promoción y estrategia de mercadotecnia para la Economía de la Información.

Roman G. Hiebing, Jr. Scott W. Cooper: Como preparar el exitoso Plan de Mercadotecnia.

Leon G. Shiffman y Leslie Lazar Kanuk: Comportamiento del consumidor. Tercera Edición.

Thomas K. Kinneer y James R. Taylor: Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado.

Roger G. Shoeder. Administración de Operaciones: Toma de Decisiones en la Función Operaciones.

Everett E. Adan y Ronald J. Bert: Administración de la Producción y las Operaciones.

Monográfico 2015: Jean Carlos Reynoso y Carlos Núñez. Las MiPyMES frente a los Tributos como Factor de Competencia.

Molina Aznar: Organización de Almacenes y Control de Inventarios.

Fein, Lahde y Muller: Técnica de la Organización de Almacenes.

### **Fuentes Electrónicas**

Página digital de la Dirección General de Impuestos Internos de la República Dominicana. [www.dgii.gov.do](http://www.dgii.gov.do)

Periódico Nacional Dominicano el Listín Diario

Página Web y Global de Información Gratuita Wikipedia [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Código Tributario de la República Dominicana.

Página Web y Global de Búsqueda de Definiciones y Sinónimos [www.logisticreference.blogspot.com](http://www.logisticreference.blogspot.com)